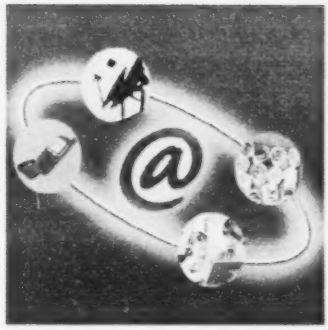
N° 56F0004M au catalogue — N° 016
ISSN : 1492-7934
ISBN : 978-1-100-90020-9

Série sur la connectivité

Répercussions de l'utilisation d'Internet par les Canadiens sur la vie sociale et la participation communautaire



par B. Veenhof, B. Wellman, C. Quell et B. Hogan

Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique
7-L, Édifice R.H. Coats, Ottawa, K1A 0T6

Téléphone: 1-800-263-1136

Toutes les opinions émises par les auteurs de ce document ne reflètent pas nécessairement celles de Statistique Canada

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Série sur la connectivité

Dans la série de publications sur la connectivité, on trouve des études analytiques ainsi que des rapports de recherche et des documents de travail liés au vaste domaine de la connectivité. Ce vaste domaine comprend les secteurs des télécommunications, de la radiodiffusion, des services informatiques et des fournisseurs d'accès Internet, de même que des activités qui touchent l'ensemble de l'économie comme Internet et le commerce électronique. Cette série de publications présente, sous une perspective statistique, les phénomènes particuliers qui sont la cause des grands changements en matière économique et sociale.

Tous les documents sont contrôlés par des pairs et par le Bureau et, au besoin, par des experts en la matière.

La série est produite par :
Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique

Directeur : Paula Thomson

Pour de plus amples informations :
Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique
Édifice R.H. Coats, 7-A
Ottawa, Ontario, K1A 0T6
Téléphone : 1 800 263-1136

This publication is also available in English (Catalogue no. 56F0004M).

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Répercussions de l'utilisation d'Internet par les Canadiens sur la vie sociale et la participation communautaire

Par B. Veenhof, B. Wellman, C. Quell et B. Hogan

Éditrice : Ben Veenhof

Production : Lucienne Sabourin et Heather Berrea

Comité de revue : Philip Smith, Paul Johanis, Marcelle Dion, Louis Marc Ducharme, Paula Thomson, Vicki Crompton, Philip Cross.

Décembre 2008

N° 56F0004M au catalogue, n° 16

ISBN : 978-1-100-90020-9

ISSN : 1492-7934

Périodicité : hors série

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2008

Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Résumé

Le taux de pénétration rapide et élevé d'Internet dans nos vies nous amène, avec raison, à nous interroger sur les répercussions que cela a eu sur nous, individuellement et collectivement. Lorsque l'utilisation de la technologie connaît des transformations majeures, des perceptions utopiques et dystopiques de leurs répercussions sur la société abondent souvent, ce qui rend compte des perturbations qu'elles engendrent et des préoccupations qu'elles suscitent chez les gens. Compte tenu de ses utilisations complexes, Internet, tant comme technologie que comme environnement, a eu des effets à la fois bénéfiques et nocifs. Mais avant tout, néanmoins, il a eu des effets transformateurs.

Les Canadiens deviennent-ils plus isolés et reclus et moins bien intégrés dans leur collectivité lorsqu'ils utilisent Internet? Ou encore, participent-ils de plus en plus et sont-ils davantage intégrés dans leur collectivité? Par ailleurs, ces collectivités ressemblent-elles toujours aux collectivités traditionnelles, ou deviennent-elles davantage des réseaux sociaux que des groupes cohésifs?

Afin de répondre à ces questions, le présent article organise, analyse et présente certaines données probantes pour le Canada. Il repose sur les résultats d'enquêtes et de travaux de recherche effectués par Statistique Canada et dans le cadre du projet *Connected Lives* à Toronto, afin d'examiner le rôle d'Internet au chapitre de l'engagement social et les possibilités qu'il offre aux Canadiens de devenir des citoyens actifs. Le présent article a permis de déterminer que les utilisateurs d'Internet sont au moins aussi engagés socialement que les non-utilisateurs. Ils disposent de larges réseaux et ont des interactions fréquentes avec leurs amis et leur famille, même s'ils ont tendance à être moins présents physiquement auprès de ces personnes et, évidemment, à passer plus de temps avec elles en ligne. Un nombre important d'utilisateurs d'Internet sont engagés au niveau civique et politique et utilisent ce support pour explorer les possibilités et prendre contact avec les autres.

L'examen qui est fait de groupes sociodémographiques qui présentent un intérêt spécial dans le présent article a permis de déterminer que les immigrants récents au Canada ont particulièrement tendance à utiliser Internet pour se rapprocher de leur famille et de leurs amis dans leur pays d'origine, ainsi que pour trouver des activités qui leur conviennent dans le cadre de leur intégration au Canada. Les Canadiens des régions rurales apprécient aussi la possibilité que leur offre Internet de communiquer avec les membres de leur famille et leurs amis éloignés, qui sont partis faire leur vie ailleurs. Les jeunes adultes sont particulièrement portés vers Internet. Les personnes âgées, quant à elles, utilisent de plus en plus Internet pour communiquer avec leur famille et socialiser en jouant à des jeux en ligne avec d'autres.

L'article conclut par un examen de la façon dont Internet transforme le capital social, les collectivités et la société canadienne. Les collectivités ne sont plus liées aux quartiers, et les citoyens mobilisent le capital social grâce à une gamme variée de sources spécialisées, plutôt qu'en dépendant d'un seul groupe très uni de voisins et de parents. Plutôt que de constituer un « monde parallèle » distinct, Internet est intégré de plus en plus étroitement dans le tissu de la société canadienne, une intégration qui ne fait que s'accentuer avec le temps.

Répercussions de l'utilisation d'Internet par les Canadiens sur la vie sociale et la participation communautaire

par B. Veenhof, B. Wellman, C. Quell et B. Hogan[1]

Ben Veenhof travaille à la Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique de Statistique Canada. Barry Wellman travaille pour NetLab au Département de sociologie de l'Université de Toronto. Bernie Hogan, anciennement à l'emploi de NetLab, travaille maintenant à Oxford Internet Institute à l'université d'Oxford. Carsten Quell travaille maintenant au Commissariat aux langues officielles. Au moment où le présent article a été écrit, il faisant partie du Groupe de recherche sur les politiques de Patrimoine canadien.

1.1 Introduction

De plus en plus de personnes disent que l'utilisation intensive d'Internet perturbe leur vie, selon le Washington Post de novembre 2006 (Payne 2006), faisant référence à quelques articles ayant soulevé des préoccupations concernant l'« utilisation excessive d'Internet » et même la « dépendance à Internet ». Dans son article, le journaliste soulignait qu'il n'existe toujours pas de consensus sur ce qui constitue un trop grand nombre d'heures d'utilisation d'Internet ou sur la dépendance possible à Internet. Comme le dit si bien un expert cité dans l'article : « Internet est un environnement. On ne peut pas être dépendant de l'environnement. » Toutefois, d'autres experts prétendent qu'Internet transforme la vie au quotidien des ménages, des collectivités et du monde du travail.

La difficulté du journaliste de parler d'Internet comme une entité litigieuse s'apparente aux défis auxquels font face les auteurs du présent article. La complexité d'Internet rend difficile l'évaluation de ses répercussions sur les personnes et la société, et toute évaluation sera probablement sujette à controverse. En dépit de sa complexité, toutefois, Internet évolue et est déjà intégré dans la vie de la plupart des Canadiens. Il est entré dans la majorité des foyers et des bureaux et a des répercussions profondes sur la façon dont nous communiquons et échangeons de l'information.

Lorsque les technologies et l'utilisation qui en est faite connaissent des transformations, des perceptions utopiques et dystopiques de leurs répercussions sur les personnes et la société abondent souvent, ce qui rend compte des perturbations qu'elles engendrent et des préoccupations qu'elles suscitent chez les gens. Le taux de pénétration rapide et élevé d'Internet dans nos vies nous amène, avec raison, à nous interroger sur les répercussions que cela a eu sur nous. Toutefois, les questions du type : « Internet est-il bon ou mauvais? » et « Nos sociétés sont-elles affaiblies ou renforcées par Internet? » sont simplistes. Compte tenu de ses utilisations complexes, Internet, tant comme ensemble de technologies[2] que comme environnement, a eu des effets à la fois bénéfiques et nocifs, mais avant tout transformateurs.

Le présent article organise, analyse et présente certaines données probantes pour le Canada. Ce faisant, nous examinons les interactions entre Internet et la cohésion sociale. Sans se lancer dans une longue exploration des origines et des diverses significations de la « cohésion sociale »[3], nous nous fondons sur l'aspect normatif du concept de base, à savoir qu'une société saine est une société socialement cohésive, qui repose sur la volonté des personnes de participer conjointement à des activités qui contribuent à améliorer le capital social et à établir des collectivités où règnent la confiance et la réciprocité.

1.2 Isolationniste, participationniste, réseauté?

Il convient à juste titre de se demander si la participation communautaire se manifeste par de nouveaux types de comportement chez les cohortes plus jeunes, par exemple, des activités moins formelles et davantage en ligne. Les manifestations traditionnelles de la participation communautaire, comme voter ou regarder les nouvelles, peuvent ne pas rendre compte de ces nouvelles formes de participation communautaire et d'engagement public. Dans une société de plus en plus connectée et numérisée, les jeunes ont peut-être davantage tendance à définir les collectivités selon les intérêts plutôt que la géographie. Internet peut faciliter cette démarche et, dans certains cas, constituer une condition préalable au niveau technologique pour que de telles collectivités fondées sur les intérêts communs puissent se créer.

Notre analyse des données disponibles pour le Canada se résume à un ensemble de base de questions :

- Les Canadiens deviennent-ils plus *isolés*, c'est-à-dire davantage reclus et moins intégrés dans leurs collectivités lorsqu'ils utilisent Internet?

1. Les points de vue exprimés dans le présent document sont ceux des auteurs et ne rendent pas nécessairement compte de ceux de Statistique Canada, du gouvernement du Canada, de Patrimoine canadien, du Commissariat aux langues officielles, l'Université de Toronto ou Oxford Internet Institute. Remerciements particuliers au Comité de revue, ainsi que les personnes suivantes pour leurs commentaires concernant le document : George Sciadas, Heidi Ertl, Anik Lacroix, Fred Gault, Larry McKeown, Daniel April, Marcel Bechard et Susan Crompton de Statistique Canada; Kristen Berg, Jeffrey Boase, Juan-Antonio Carrasco, Christian Catalini, Jessica Collins, Jennifer Kayahara, Tracy Kennedy, Guang Ying Mo, Paul Seaborn et Sinye Tang de l'Université de Toronto, ainsi qu'Helen Hua Wang de l'Annenberg School for Communication, University of Southern California. Également à Lucienne Sabourin et Heather Berrea pour leur assistance avec la production et la diffusion.
2. Même s'il est courant de parler d'Internet au singulier, il s'agit d'un ensemble de supports qui est examiné dans le présent document comme une plateforme générale pour la communication sociale et relationnelle.
3. Pour un examen du capital social et de la cohésion sociale, voir Projet de recherche sur les politiques (2003), Atelier sur le capital social, juin 2003 : Les concepts, la mesure, et les incidences sur les politiques. http://policyresearch.gc.ca/page.asp?pagenm=socap&langcd=F.

- Ou encore, *participent*-ils davantage, et sont-ils davantage intégrés dans leur collectivité et dans les activités sociales?
- Par ailleurs, ces collectivités continuent-elles de ressembler aux collectivités traditionnelles, ou se transforment-elles en collectivités ramifiées, structurées davantage comme des *réseaux* sociaux que comme des groupes cohésifs?

1.2.1 Point de vue isolationniste

Selon les arguments à l'appui du point de vue *isolationniste*, les utilisateurs d'Internet passent davantage de temps seuls et interagissent moins avec leur famille, leurs amis et leur collectivité. Ce point de vue a comme hypothèse sous-jacente la transformation de l'emploi du temps : le temps passé à utiliser Internet dépasse le temps consacré à établir et à entretenir des relations avec le « monde réel » (Shaw et Gant, 2002). Dans des domaines aussi diversifiés que la socialisation en personne, le bénévolat, l'engagement des jeunes, les visites de musées, la participation à des festivals et la participation communautaire, on s'attendrait à ce que le niveau de participation des utilisateurs d'Internet soit moins élevé que celui des non-utilisateurs ou des utilisateurs occasionnels.

Le point de vue isolationniste a été soutenu par un certain nombre de points de données jusqu'à maintenant. L'ouvrage *Bowling Alone* de Putnam présente toute une gamme de données pour expliquer que l'engagement communautaire et social des Américains a diminué du milieu des années 1960 au milieu des années 1990 (Putnam, 2000). Il attribue cette diminution à un éventail varié de causes, notamment aux effets de l'écoute de la télévision, qui a tendance à confiner les personnes dans la sphère privée de leur maison. Même si l'ouvrage de Putnam est antérieur à la montée d'Internet, il laisse entendre que les interactions par courriel ne sont pas aussi valables que les contacts en personne. Les travaux de Putnam ont fait l'objet de controverses, et ils ont été critiqués, tant sur les plans théorique que méthodologique (Fischer, 2004, Kadushin, 2002).

Kraut et coll. (1998) ont aussi contribué de façon importante au point de vue isolationniste, en raison particulièrement des résultats de leurs travaux, qui ont fait la une du *New York Times* (Harmon, 1998). Après avoir étudié un échantillon de nouveaux utilisateurs d'Internet au fil du temps à Pittsburgh, ils ont noté une augmentation légère du nombre de personnes qui sont devenues déprimées après six mois d'utilisation d'Internet. Toutefois, la plupart de ces nouveaux utilisateurs d'Internet n'ont jamais souffert de dépression ou d'aliénation, et une étude de suivi a permis de déterminer que ceux ayant de « meilleures ressources sociales », y compris le soutien social perçu, des réseaux sociaux plus larges et une attitude extrovertie, ont souvent profité de l'utilisation d'Internet (Bessière et coll., 2008, p. 58; voir aussi, Kraut et coll., 2002). Les conclusions d'autres études remettent aussi en question la notion d'un lien entre l'utilisation d'Internet et la dépression, montrant que les communications par Internet avec des personnes connues peuvent faire diminuer la solitude et augmenter le soutien social (Larose, Eastin et Gregg, 2001, Hamburger et Ben-Artzi, 2000).

Une étude plus récente s'est servie des données de la *General Social Survey* aux États-Unis pour démontrer que le nombre de personnes prêtes à « discuter de questions importantes » avait diminué, passant d'une moyenne de 2,94 en 1985 à 2,08 en 2004 (McPherson, Smith-Lovin et Brashears, 2006). Tout comme l'étude de Kraut et coll. mentionnée précédemment, cette étude a aussi fait les manchettes dans les médias. Par exemple, un journaliste du *Washington Post* n'a pas tenu compte du fait que la recherche était axée sur des liens très étroits définis de façon très stricte et s'est empressé d'annoncer l'avènement de l'« isolationnisme aux États-Unis » (Mallaby, 2006).

1.2.2 Point de vue participationniste

Contrairement au point de vue isolationniste, les arguments à l'appui du point de vue *participationniste* montrent que les utilisateurs d'Internet sont au moins aussi sociables et passent autant de temps avec leur famille, leurs amis et dans leur collectivité que ceux qui n'utilisent pas Internet. L'hypothèse sous-jacente est que l'utilisation d'Internet comporte une synergie avec d'autres formes d'interaction, ce qui contribue à maintenir et à établir le contact entre les interactions en personne. En fait, on peut parler de hausse des interactions sociales des utilisateurs si l'on considère que les activités en ligne sont aussi valables que les activités en personne. Le bénévolat, l'engagement des jeunes, les visites de musées, la création artistique et la consommation existent dans le monde virtuel et peuvent se révéler beaucoup plus accessibles que dans la vie réelle. Il se peut que les immigrants trouvent que la technologie facilite leur transition dans une nouvelle société en leur permettant de garder le contact avec leur pays d'origine, tout en établissant des réseaux au Canada, particulièrement lorsqu'ils vivent dans des collectivités éloignées. Il se peut aussi que les jeunes trouvent de meilleures possibilités d'engagement social en ligne.

Plusieurs études de Wellman et coll. ont montré que les utilisateurs d'Internet ont autant de contacts en personne et par téléphone que les non-utilisateurs. Par ailleurs, les grands utilisateurs d'Internet ont autant de contacts que ceux qui l'utilisent moins. Même si deux de ces études ont reposé sur un échantillon non représentatif de visiteurs du site Web de *National Geographic* (Wellman et coll., 2003), le tiers constituait un échantillon aléatoire d'Américains (Boase et coll., 2006), et le quart, un échantillon aléatoire de résidents de la région de la Catalogne en Espagne (Castells et coll., 2003).

Des enquêtes nationales aux États-Unis ont démontré que l'utilisation d'Internet est inextricablement liée aux contacts en personne et par téléphone et fait augmenter le niveau total de connectivité entre les amis et la famille. Une étude a même déterminé que les Américains ont vu leur nombre d'amis augmenter entre 2002 et 2007 et que les utilisateurs d'Internet ont davantage d'amis (Wang et Wellman, 2008). Selon

Note aux lecteurs

La présente étude utilise des données de plusieurs enquêtes de Statistique Canada, ainsi que des enquêtes *Connected Lives* menées dans la région d'East York à Toronto et à Chapleau, en Ontario, par NetLab, du Département de sociologie de l'Université de Toronto. Les diverses sources utilisées dans la présente étude permettent d'aborder des questions et des concepts différents et diffèrent aussi du point de vue de la couverture (échantillon utilisé et périodes de référence). Ces différences devraient être prises en considération au moment de l'examen des données des différentes sources.

Les données de Statistique Canada utilisées dans la présente étude proviennent de cinq sources différentes : l'*Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet* (2005, 2007), l'*Enquête sociale générale* sur l'emploi du temps (2005) et sur l'engagement social (2003), l'*Enquête canadienne sur le don, le bénévolat et la participation* (2004) et l'*Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes* (2003).

L'*Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet* (ECUI) de 2007 de Statistique Canada a été menée en octobre et novembre 2007, et l'échantillon comprenait plus de 26 000 Canadiens de 16 ans et plus vivant dans les 10 provinces. L'ECUI de 2005 a été menée en novembre 2005, et plus de 30 000 interviews ont été effectuées auprès d'adultes de 18 ans et plus. Il faut faire preuve de prudence lorsque l'on compare les résultats des enquêtes de 2005 et de 2007, la population cible ayant été élargie en 2007, en vue d'inclure les personnes âgées de 16 et 17 ans dans l'échantillon. Les réponses sont fondées sur l'utilisation d'Internet par les personnes au cours des 12 mois ayant précédé l'enquête. La présente étude utilise les résultats de cette enquête pour analyser les activités sur Internet des adultes canadiens, selon leurs caractéristiques sociodémographiques. Elle analyse en outre les résultats du module sur la cohésion sociale de l'enquête de 2005, qui n'ont jamais été publiés ailleurs. Pour plus de renseignements sur l'ECUI, voir : http://www.statcan.ca/francais/sdds/4432_f.htm.

Deux autres sources utilisées dans la présente étude proviennent de cycles distincts de l'*Enquête sociale générale* (ESG) de Statistique Canada : le cycle 19 (emploi du temps) est fondé sur les données de 2005, et le cycle 17 (engagement social) sur celles de 2003. Les deux enquêtes visaient les Canadiens de 15 ans et plus vivant dans les 10 provinces. Environ 25 000 Canadiens ont participé au volet sur l'engagement social, et le volet sur l'emploi du temps de 2005 a obtenu un peu moins de 20 000 réponses. Le dernier cycle de l'ESG (cycle 22) porte sur les réseaux sociaux, et la diffusion des données est prévue pour 2009. Pour plus de renseignements, voir : http://www.statcan.ca/francais/sdds/5024_f.htm. Des renseignements détaillés sur le cycle 19 de l'ESG (emploi du temps) sont disponibles à l'adresse suivante : http://www.statcan.ca/francais/sdds/4503_f.htm.

La présente étude utilise aussi les données de l'*Enquête canadienne sur le don, le bénévolat et la participation* (ECDBP) de 2004 de Statistique Canada pour comprendre l'utilisation que font les Canadiens d'Internet pour trouver des activités de bénévolat et y participer. L'échantillon de l'ECDBP de 2004 englobait plus de 22 000 Canadiens de 15 ans et plus vivant dans les provinces et les territoires. Des détails additionnels concernant l'ECDBP sont disponibles à l'adresse suivante : http://www.statcan.ca/francais/sdds/4430_f.htm.

Des données de l'*Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes* (EIACA) de 2003, menée par Statistique Canada et l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), ont aussi été incluses dans des parties de la présente étude. Cette enquête comprenait un module sur l'utilisation par les répondants des technologies de l'information et des communications. Aux fins de la présente étude, l'analyse est fondée sur un échantillon représentatif d'environ 20 000 Canadiens de 16 à 65 ans vivant dans les provinces et les territoires. Pour plus de renseignements concernant l'EIACA de 2003, voir : http://www.statcan.ca/francais/sdds/4406_f.htm.

Une série d'interviews sur place détaillées, menées par NetLab, du Département de sociologie de l'Université de Toronto, a aussi contribué à la présente étude. L'étude *Connected Lives* a été menée à East York, en 2004-2005. Cette étude en plusieurs étapes comprenait des questionnaires remis en personne à un échantillon aléatoire d'adultes de langue anglaise sachant lire et écrire, dans la région d'East York à Toronto, ainsi que des interviews de suivi auprès d'un sous-échantillon de 25 % des répondants. La base de sondage a produit 621 noms valides et l'enquête a obtenu un taux de réponse de 56 %, soit 350 questionnaires remplis. Tous les questionnaires ont été distribués entre juillet 2004 et février 2005. Au total, 87 interviews sur place ont été menées entre février et avril 2005. Des détails additionnels sont disponibles dans Wellman, Hogan et coll. (2006).

Chapleau est une ville isolée de 2 300 habitants du Nord de l'Ontario. Par suite d'un projet pilote de Bell Canada et de Nortel Networks, la plupart des résidents de la ville ont obtenu un accès à Internet à large bande en 2005 ou 2006. Afin d'évaluer cette expérience, NetLab, de l'Université de Toronto, a mené deux ensembles d'enquêtes, un ensemble d'interviews et quatre groupes de discussion, entre 2005 et 2007. La présente analyse est fondée sur la deuxième enquête, après l'installation d'Internet à large bande, menée en octobre 2006, auprès d'un échantillon aléatoire de 219 résidents, que sont venues compléter 33 interviews détaillées menées à l'été 2006. Pour plus de détails concernant l'étude de Chapleau par NetLab, voir Behrens, Glavin et Wellman (2007).

cette étude du World Internet Project, en 2007, les grands utilisateurs d'Internet comptaient 15,0 amis, les utilisateurs modérés, 16,5, et les non-utilisateurs, seulement 11,7. Par ailleurs, les utilisateurs d'Internet comptaient 5,2 « amis virtuels », avec lesquels ils avaient uniquement des contacts en ligne, et 1,5 « ami migratoire », qu'ils avaient rencontré au départ en ligne, mais avec lequel ils avaient désormais aussi des contacts en personne. L'étude a en outre permis de déterminer que les utilisateurs d'Internet ont davantage de contacts en personne avec leurs amis que les non-utilisateurs et ont un niveau de participation communautaire au moins aussi élevé. Une autre étude nationale a permis de déterminer que de nombreux Américains utilisent Internet de façon intensive, environ le tiers déclarant passer trois heures ou plus par jour sur Internet, et environ les deux tiers, une à deux heures par jour (Katz et Rice, 2008). Toutefois, ces études ne comportent pas un examen de l'emploi du temps aussi détaillé que les enquêtes sociales générales aux États-Unis et au Canada.

Robinson et Martin (2008) ont utilisé les données sur l'emploi du temps de la *General Social Survey* aux États-Unis pour analyser l'utilisation d'Internet. Ils concluent qu'il existe peu de preuves d'une diminution du nombre de visites aux amis chez ceux qui ont le plus de contacts par courriel par rapport aux non-utilisateurs, non plus qu'aux parents, aux voisins ou dans les bars (p. 18). Toutefois, en ce qui a trait à l'utilisation globale d'Internet (c'est-à-dire le courriel et d'autres utilisations), leurs conclusions correspondent davantage à la notion d'isolationnisme liée à la transformation de l'emploi du temps : chez les personnes utilisant Internet dix heures ou plus par semaine, le nombre de visites aux parents diminuait de 13 (par année), aux voisins, de 9 par année (par rapport aux répondants non utilisateurs), et dans les bars, de 3 par année (p. 18). Par ailleurs, les contacts avec les amis n'ont pas diminué.

Une étude récente de Veenhof (2006a), à partir de l'*Enquête sociale générale* de 2005 sur l'emploi du temps au Canada, a démontré que les utilisateurs d'Internet avaient moins de contacts en personne que les non-utilisateurs, mais qu'ils avaient des interactions plus intensives par ailleurs. Par exemple, ils passaient en moyenne près de la moitié de leur temps en ligne à envoyer des courriels et à clavarder. En outre, ils passaient plus de temps que les non-utilisateurs à converser avec d'autres personnes au téléphone (Veenhof, 2006a). Une autre étude reposant sur les données de l'*Enquête sociale générale* de 1998 et 2000 au Canada a permis de déterminer que les utilisateurs d'Internet consacraient moins de temps aux contacts sociaux avec les membres de leur ménage, mais plus de temps avec d'autres personnes à l'extérieur du ménage. L'étude a aussi permis de déterminer que les utilisateurs d'Internet étaient susceptibles de réduire dans une plus large mesure d'autres activités, comme l'écoute de la télévision ou le temps de sommeil, que le temps consacré à leurs amis et à leur famille (Williams, 2001). Le présent article comporte une analyse plus poussée des données sur l'emploi du temps des Canadiens et établit des liens avec les conclusions d'autres enquêtes de Statistique Canada.

En résumé, une gamme variée d'études appuient le point de vue participationniste, selon lequel l'utilisation d'Internet n'a pas de répercussions négatives sur les autres formes de participation sociale et peut même les accroître. Les données recueillies sont uniformes en ce qui a trait à l'utilisation du courriel, même si l'étude de Robinson et Martin soulève certaines questions concernant l'utilisation globale d'Internet. Tout comme les études isolationnistes dont il est question précédemment, nombre de ces études sont fondées sur des données américaines et, sauf dans quelques cas, n'utilisent pas de mesures détaillées de l'emploi du temps.

1.2.3 Groupes ou réseaux?

La troisième question est la suivante : les personnes continuent-elles d'être intégrées dans des groupes assez solides de voisins, de parents et d'amis, ou leurs collectivités se sont-elles transformées en réseaux sociaux complexes plus dispersés. Dans un tel contexte, les personnes évoluent dans des collectivités multiples, compatibles et spécialisées et ont des liens avec ces dernières. Les arguments sont que la voiture, l'avion, le téléphone et Internet ont tous pour effet que les personnes sont moins confinées à leur voisinage pour les activités sociales, que les deux conjoints qui travaillent sont à la base de réseaux complexes, qui sont de plus en plus axés sur l'amitié, et que les systèmes de communication personnels, comme les téléphones mobiles et Internet, favorisent les activités interpersonnelles.

Les principaux éléments de cette recherche ont été trouvés par Fischer (1982), en Californie, et Wellman et coll., à East York, Toronto (Wellman, 1979, Wellman, Carrington et Hall, 1988, Wellman et Wortley, 1990), à partir des théories de Wellman (2001), Wellman et Hogan (2004), Castells (2000) et Boase (2008). Ces études montrent que les rapports sont spécialisés, c'est-à-dire que ceux qui assurent un soutien émotif assurent rarement un soutien financier, qu'ils sont dispersés géographiquement et qu'ils combinent un noyau solide et uni (souvent avec les parents proches) et des grappes de liens épars avec les amis, les voisins et les collègues. Il convient de souligner que cette transition vers une société réseautée a commencé avant la prolifération d'Internet.

Nos conclusions seront axées sur les effets transformateurs et les possibilités d'Internet. Sur la base des données disponibles, même si celles-ci sont provisoires, nous croyons que nous ne devrions pas nous attendre à une société disfonctionnelle de solitaires, ni à une société idyllique de collectivités interreliées. Nous faisons face à une société dont la cohésion différera de celle que nous connaissons. Même si nos notions traditionnelles de collectivités cohésives peuvent être fondées sur l'image de voisins qui se réunissent pour parler d'un sujet dans un centre communautaire, il se peut que cette image soit remplacée par celle de voisins qui créent des réseaux et s'organisent dans l'environnement en ligne, avec un nombre plus limité de rencontres en personne. Même si notre idéal de famille comportant des liens intergénérationnels étroits en est une fondée sur

l'image de grands-parents et de petits-enfants qui se côtoient, il se peut que cette image soit remplacée par celle de grands-parents qui utilisent le courriel pour garder le contact avec leurs petits-enfants qui vivent loin d'eux. Alors que nous étions habitués à voir les liens des immigrants avec leurs pays d'origine s'amenuiser au fur et à mesure qu'ils s'enracinaient davantage au Canada, nous voyons maintenant des Canadiens de première et de deuxième générations qui utilisent la technologie pour maintenir des liens étroits avec leur pays d'origine, ainsi qu'au Canada.

Ces transformations soulèvent une question clé : les paradigmes qui servent actuellement à comprendre et à évaluer la cohésion sociale peuvent-ils rendre compte du virage technologique? Autrement dit, nous sommes forcés de conclure que notre société devient moins cohésive si nos indicateurs de la cohésion sociale reposent uniquement sur le taux de fréquentation de nos centres communautaires, sur la vie de quartier et sur le temps passé ensemble par les grands-parents et les petits-enfants. Nous ne devons pas non plus nous fier à l'affaiblissement des liens des immigrants avec leurs pays d'origine pour affirmer qu'ils s'intègrent au Canada, etc. Cela peut se produire ou non. Les recherches peuvent jeter de la lumière sur la façon dont Internet et ses utilisations favorisent la cohésion sociale ou lui nuisent.

Le présent article décrit l'ampleur de la cohésion et de la connectivité favorisées par Internet ces dernières années.

2.1 Utilisation d'Internet et interactions avec la famille, les amis et les voisins

Le taux de pénétration des ordinateurs et d'Internet soulève des questions concernant les effets possibles de l'augmentation du « temps passé à l'ordinateur » sur les interactions personnelles avec les amis, la famille et les voisins. Certaines données d'enquête font ressortir une différence significative dans le temps que les utilisateurs d'Internet consacrent à des contacts directs en personne avec leur famille et leurs amis. Par exemple, l'*Enquête sociale générale* (ESG) de 2005 de Statistique Canada sur l'emploi du temps révèle que les utilisateurs d'Internet passent généralement plus de temps seuls que les non-utilisateurs. En outre, le temps passé seul augmente avec le taux d'utilisation. Par exemple, les utilisateurs qui font une utilisation modérée d'Internet (cinq minutes à une heure par jour) ont passé presque une demi-heure de plus (26,4 minutes) de solitude que les non-utilisateurs, tandis que les personnes qui ont passé plus d'une heure en ligne par jour ont été seules près de deux heures (119 minutes) de plus que les non-utilisateurs. Ces résultats découlent d'une comparaison de répondants ayant des antécédents similaires du point de vue de l'âge, du sexe, du nombre d'enfants, du niveau de scolarité et d'autres facteurs, à l'intérieur d'un modèle multidimensionnel[4] (tableau 1).

La réduction du nombre de contacts en personne des grands utilisateurs d'Internet ne se limite pas à certains types de personnes : celles qui ont passé plus d'une heure en ligne à des fins personnelles pendant la journée ont consacré environ une heure de moins aux membres de leur famille vivant dans le ménage[5], ainsi qu'une heure de moins à leurs parents et amis vivant à l'extérieur du ménage. Cela comprenait, en moyenne, environ 29 minutes de moins avec leur conjoint, 28 minutes de moins avec leurs enfants et 31 minutes de moins avec des amis à l'extérieur de la maison. Le graphique 1 résume les différences globales entre les utilisateurs et les non-utilisateurs d'Internet du point de vue du temps total consacré par jour aux contacts en personne avec les membres et les non-membres du ménage, en contrôlant encore une fois plusieurs facteurs sociodémographiques (voir les notes sous le graphique 1 pour la liste complète).

Le moment d'utilisation d'Internet fait aussi une différence, l'utilisation la fin de semaine étant associée à une diminution encore plus prononcée du temps consacré à des contacts en personne avec des amis et d'autres personnes à l'extérieur du ménage, que l'utilisation d'Internet la semaine (Veenhof, 2006a). Ce résultat n'était pas prévu, la plupart des personnes ne travaillant pas la fin de semaine et ayant davantage de temps libre à ce moment-là.

4. L'ESG de 2005 sur l'emploi du temps a permis de recueillir des données sur l'utilisation d'Internet à des fins personnelles, et ne comprend pas l'utilisation pour le travail. Parmi les utilisateurs d'Internet de l'échantillon de l'ESG, 57 % ont utilisé Internet pour des périodes de cinq minutes à une heure pendant la journée, tandis que les 43 % qui restent ont déclaré avoir utilisé Internet pendant plus d'une heure par jour. Afin de réduire le fardeau de réponse, on n'a pas demandé aux répondants de rendre compte des périodes d'activité d'une durée inférieure à cinq minutes. Pour une liste complète des variables de contrôle utilisées pour produire les chiffres rajustés, voir les notes sous le tableau 1. Les estimations ont été produites au moyen de la technique de l'analyse de classification multiple (ACM).
5. Les estimations du temps consacré aux membres de la famille vivant dans le ménage tiennent aussi compte du nombre de personnes vivant dans le ménage.

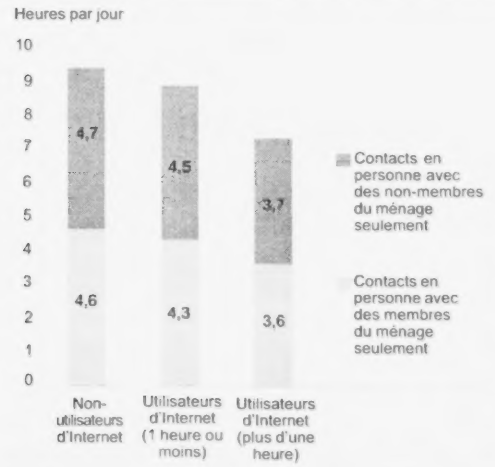
Tableau 1
Temps moyen consacré par jour aux contacts en personne avec d'autres, utilisateurs et non-utilisateurs d'Internet, Canada, 2005

	Non-utilisateurs		Utilisateurs d'Internet (1 heure ou moins)				Utilisateurs d'Internet (plus d'une heure)			
	Temps	Temps corrigé[1]	Temps	Écart	Temps corrigé[1]	Écart corrigé	Temps	Écart	Temps corrigé[1]	Écart corrigé
	temps en minutes									
Personne (seul)[2]	376,3	374,2	396,6	20,4*	400,6	26,4**	473,1	96,8**	493,2	119,0**
Conjoint/partenaire[3]	209,8	205,0	166,6	-43,1**	190,9	-14,1**	147,8	-62,0**	176,1	-28,9**
Enfants du ménage de moins de 15 ans	86,3	85,6	68,9	-17,3**	73,7	-12,0**	56,0	-30,3**	57,8	-27,9**
Parents ou beaux-parents ne vivant pas dans le ménage[4]	13,7	14,1	8,6	-5,0**	7,4	-6,8**	12,4	-1,3	8,3	-5,8
Amis ne vivant pas dans le ménage	86,7	90,4	99,6	12,9*	88,7	-1,7	92,3	5,6	59,6	-30,8**

* l'écart par rapport aux non-utilisateurs est statistiquement significatif au niveau de confiance de 95 % ($p < 0,05$)
** l'écart par rapport aux non-utilisateurs est statistiquement significatif au niveau de confiance de 99 % ($p < 0,01$)
1. Les données sont corrigées pour tenir compte de l'âge, du sexe, du nombre d'enfants de 14 ans et moins que compte le ménage du répondant, du jour de la semaine (semaine ou fin de semaine), du niveau de scolarité et temps passé au milieu de travail.
2. Les chiffres corrigés sur le temps passé seul tiennent aussi compte du nombre de personnes vivant dans le ménage.
3. Les chiffres corrigés sur le temps passé avec le conjoint/partenaire tiennent aussi compte du fait que le répondant a ou non un conjoint ou un partenaire.
4. Les chiffres corrigés sur le temps passé avec les parents et les beaux-parents ne vivant pas dans le ménage tiennent aussi compte du fait que les parents et les beaux-parents vivent ou non dans le ménage.

Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale - L'emploi du temps (Cycle 19), 2005. Une version élargie de ce tableau est parue initialement dans Veenhof (2006a).

Graphique 1
Temps moyen consacré par jour aux contacts en personne avec des membres et des non-membres du ménage, Canada, 2005[1]



1. Les données sont corrigées pour tenir compte de l'âge, du sexe, du nombre d'enfants de 14 ans et moins que compte le ménage du répondant, du jour de la semaine (semaine ou fin de semaine), du niveau de scolarité et temps passé au milieu de travail. Chiffres corrigés sur le temps passé avec les membres du ménage tiennent aussi compte du nombre de personnes vivant dans le ménage.

Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale - L'emploi du temps (Cycle 19), 2005.

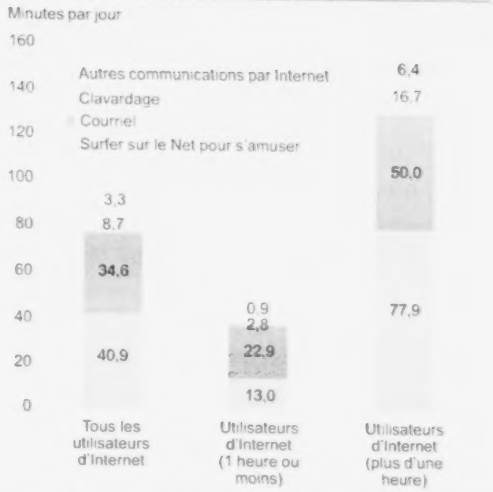
Les données de la même enquête montrent aussi que les utilisateurs d'Internet ont passé moins de temps que les non-utilisateurs à des activités sociales traditionnelles, comme la socialisation avec les autres, le partage de repas avec les membres du ménage et les jeux avec les enfants (tableau 2). La baisse du temps consacré à diverses activités avec les membres du ménage, y compris les repas, est une tendance qui est notée au fil du temps (Turcotte, 2007, Amato et coll., 2008) et qui ne se limite pas aux utilisateurs d'Internet. Néanmoins, les données de 2005 montrent que les utilisateurs d'Internet ont passé moins de temps que les non-utilisateurs à ces activités avec des membres du ménage. Toutefois, les utilisateurs d'Internet ne différaient pas de façon significative des non-utilisateurs du point de vue du temps passé à converser avec d'autres membres du ménage en personne. En outre, ils ont consacré plus de temps à parler au téléphone que les non-utilisateurs d'Internet. Les résultats d'une enquête antérieure de Statistique Canada et de l'OCDE, l'*Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes* de 2003, a aussi révélé que les utilisateurs réguliers de l'ordinateur utilisaient plus fréquemment un téléphone mobile que les utilisateurs occasionnels (Veenhof, 2006b). L'utilisation du téléphone est souvent considérée comme une activité sociale à proprement parler.

En ce qui a trait aux rapports avec les voisins, l'ESG de 2005 a révélé que ceux qui passaient plus d'une heure sur Internet par jour étaient moins susceptibles de dire qu'ils connaissaient « la plupart des résidants de leur voisinage » ou « de nombreux

résidants de leur voisinage » (39,9 %) par rapport aux non-utilisateurs d'Internet (45,8 %) (Veenhof, 2006a). Les grands utilisateurs d'Internet ont tendance à être jeunes, et nombre d'entre eux vivent dans leur quartier depuis moins longtemps que les non-utilisateurs. Étant donné que le temps passé dans un quartier est souvent lié au nombre de connaissances et aux modèles de communication (Ball-Rokeach, Kim et Matei, 2001), il est important de comparer les utilisateurs d'Internet avec des non-utilisateurs qui ont vécu dans leur quartier pendant des périodes similaires. L'écart dans la proportion de personnes indiquant qu'elles connaissaient la plupart ou beaucoup de leurs voisins diminue et n'est plus statistiquement significatif lorsque l'on compare les résultats pour les utilisateurs et les non-utilisateurs d'Internet qui ont vécu dans leur quartier depuis au moins dix ans[6].

Même si les utilisateurs d'Internet ont consacré moins de temps aux contacts directs en personne avec les autres, ils ont passé une somme considérable de leur temps sur Internet à des activités comportant des interactions sociales prenant d'autres formes. Le graphique 2 utilise les données sur l'emploi du temps de l'ESG de 2005 pour déterminer dans quelle mesure les utilisateurs d'Internet ont consacré du temps en ligne à certaines activités comportant des interactions avec d'autres, comme les courriels et le clavardage. Cette dernière activité est particulièrement populaire chez les adolescents, les utilisateurs d'Internet âgés de 15 à 18 ans y ayant consacré en moyenne 39 minutes par jour. En comparaison, le temps moyen consacré au clavardage chez tous les utilisateurs Internet n'était que de neuf minutes seulement environ par jour.

Graphique 2
Temps moyen consacré par jour par les utilisateurs d'Internet au courriel, au clavardage et à d'autres communications par Internet, Canada, 2005



Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale - L'emploi du temps (Cycle 19), 2005.

Tableau 2
Temps moyen consacré par jour aux activités sociales traditionnelles, utilisateurs et non-utilisateurs d'Internet, Canada, 2005[1]

	Non-utilisateurs		Utilisateurs d'Internet (1 heure ou moins)				Utilisateurs d'Internet (plus d'une heure)			
	Temps	Temps corrigé[1]	Temps	Écart	Temps corrigé[1]	Écart corrigé	Temps	Écart	Temps corrigé[1]	Écart corrigé
	minutes par jour									
Activités sociales (sans repas)	25,6	26,3	20,8	-4,8*	19,5	-6,8**	23,3	-2,3	16,6	-9,7**
Activités sociales (avec repas, sauf au restaurant)	30,2	30,6	25,1	-5,1*	24,9	-5,7*	22,0	-8,2**	16,6	-14,0**
Activités sociales bars ou clubs (sans repas)	4,1	4,3	3,6	-0,5	2,9	-1,4	4,7	0,6	3,0	-1,3
Jeux avec les enfants	5,8	5,9	4,6	-1,2	4,5	-1,4*	2,7	-3,1**	2,3	-3,6**
Conversations en personne avec des membres du ménage[2]	5,7	5,7	6,5	0,8	7,0	1,3	5,0	-0,7	5,1	-0,6
Parler au téléphone	4,4	4,4	6,7	2,3**	6,7	2,3**	7,3	2,9**	7,2	2,8**

* l'écart par rapport aux non-utilisateurs est statistiquement significatif au niveau de confiance de 95 % ($p < 0,05$)
** l'écart par rapport aux non-utilisateurs est statistiquement significatif au niveau de confiance de 99 % ($p < 0,01$)
1. Les données sont corrigées pour tenir compte de l'âge, du sexe, du nombre d'enfants de 14 ans et moins que compte le ménage du répondant, du jour de la semaine (semaine ou fin de semaine), du niveau de scolarité et temps passé au milieu de travail.
2. Les chiffres corrigés sur les conversations en personne avec les membres du ménage tiennent aussi compte du nombre de personnes vivant dans le ménage.

Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale - L'emploi du temps (Cycle 19), 2005.

6. Parmi les personnes qui ont vécu dans leur quartier pendant au moins dix ans, 61,3 % des non-utilisateurs d'Internet ont dit qu'ils connaissaient « la plupart des résidants de leur voisinage » ou « de nombreux résidants de leur voisinage », comparativement à 56,7 % des personnes qui utilisaient Internet pendant plus d'une heure par jour. Cette différence n'est pas statistiquement significative.

Le courriel tout comme la messagerie instantanée peuvent être des outils importants pour maintenir les contacts avec la famille et les amis. Les données de l'ESG de Statistique Canada sur l'engagement social montrent qu'en 2003, près des deux tiers (65,4 %) des utilisateurs canadiens d'Internet et du courriel âgés de 15 ans et plus avaient utilisé Internet pour communiquer avec leurs amis au cours du mois précédent, une proportion appréciable (54,2 %) de ces Canadiens utilisant aussi Internet pour communiquer avec leurs parents (tableau 3).

Selon la même source de données, les femmes étaient significativement plus susceptibles que les hommes d'utiliser Internet pour communiquer avec leurs amis et leurs familles. La différence entre les sexes était plus prononcée du point de vue de la communication avec les parents qu'avec les amis.

L'âge joue aussi un rôle. Alors que les jeunes Canadiens étaient les plus susceptibles d'utiliser Internet ou le courriel pour communiquer avec leurs amis, les utilisateurs plus âgés (et plus particulièrement les personnes du troisième âge) étaient les plus susceptibles d'utiliser Internet pour communiquer avec des parents. En fait, le pourcentage d'utilisateurs d'Internet/du courriel âgés de 65 ans et plus utilisant Internet à cette fin (65,0 %) était significativement plus élevé que celui dans tous les autres groupes d'âge (tableau 3). De nombreux Canadiens âgés ont une grande famille élargie dispersée et, pour certains, le courriel peut constituer une façon efficace de maintenir le contact (voir aussi la section 3.4, « Utilisation d'Internet par les Canadiens âgés »).

D'autres facteurs comportaient aussi un lien significatif avec l'utilisation d'Internet pour communiquer avec les amis et la famille. Les Canadiens titulaires d'un diplôme universitaire et vivant dans des régions urbaines étaient plus susceptibles d'utiliser Internet à ces fins. Les immigrants récents, définis comme les personnes qui sont arrivées au Canada en 1995 ou après, utilisaient non seulement Internet davantage que les autres Canadiens pour communiquer avec leur famille, mais étaient aussi légèrement plus susceptibles que les autres Canadiens d'utiliser Internet pour communiquer avec leurs amis (pour plus de détails, voir la section 3.2, « Utilisation d'Internet par les nouveaux Canadiens »)[7].

Afin de fournir des données plus nuancées, nous nous penchons sur une étude détaillée des pratiques d'utilisation du courriel chez les résidents de la région d'East York à Toronto (pour plus de renseignements sur l'étude d'East York menée par NetLab de l'Université de Toronto, voir la « Note aux lecteurs » de la page 7). L'étude, qui combine des données d'enquêtes et des interviews, montre que le courriel est souvent utilisé pour maintenir des contacts réguliers en personne comportant des liens sociaux étroits, notamment avec des amis et des parents proches ne vivant pas dans le ménage. Par exemple, 72 % des répondants qui utilisaient le courriel ont fait des plans avec des proches par courriel, et 68 % ont utilisé le courriel pour faire des plans avec des personnes moins proches[8].

Tableau 3
Pourcentage d'utilisateurs d'Internet/du courriel[1] qui ont utilisé Internet au cours du mois précédent pour communiquer avec la famille et les amis, Canada, 2003

	Avec la famille	Avec les amis
	% d'utilisateurs d'Internet/du courriel	
Total	54,2	65,4
Sexe		
Hommes	49,7	63,7
Femmes	58,8	67,2
Âge		
15 à 24 ans	50,1	77,9
25 à 34 ans	58,9	71,2
35 à 44 ans	53,8	61,6
45 à 54 ans	50,5	54,5
55 à 64 ans	56,0	56,7
65 ans et plus	65,0	60,0
Niveau de scolarité		
Moins d'un diplôme d'études secondaires	44,9	60,5
Diplôme d'études secondaires	45,7	53,9
Études postsecondaires partielles	54,1	69,6
Certificat/diplôme d'un collège ou d'une école de formation professionnelle et technique	52,6	60,3
Diplôme universitaire	65,1	75,5
Statut d'immigrant		
Nées au Canada	52,6	64,8
A immigré avant 1985	56,7	63,1
Immigré de 1985 à 1994	57,3	69,1
Immigré de 1995 à 2003	68,0	74,8
Location[2]		
Grands centres urbains (RMR/AR)	55,0	67,3
Régions rurales et petites villes (autres que RMR/AR)	49,8	56,0

1. Ce tableau englobe les personnes qui ont indiqué avoir utilisé Internet ou le courriel (ou les deux) à des fins personnelles, peu importe le lieu d'utilisation, au cours des 12 mois ayant précédé l'enquête.
2. L'Île-du-Prince-Édouard est incluse dans les régions rurales et petites villes.

Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale - Engagement social (Cycle 17), 2003. Pour une version différente de ce tableau, axée sur la population des 25 à 54 ans, voir Schellenberg (2004).

7. Les différences entre les immigrants récents et tous les autres Canadiens du point de vue de l'utilisation d'Internet pour communiquer avec les parents et les amis étaient statistiquement significatives au niveau de confiance de 95 %.
8. L'analyse du réseau social répartit souvent les contacts des personnes avec d'autres entre les liens étroits et les liens faibles. Même s'il ne s'agit pas d'une limite précise, les liens étroits comportent généralement un ou plusieurs des éléments suivants : soutien social intime (c'est-à-dire personnes avec qui on peut discuter de questions importantes), aide au besoin ou contact social régulier et intentionnel (c'est-à-dire recherche active de la compagnie des autres régulièrement, plutôt que rencontres par hasard). Les faibles liens sont ceux des personnes qui sont socialement près d'une autre personne, mais pas suffisamment pour répondre à ces critères (Boase et coll., 2006).

Les données pour East York laissent supposer que plutôt que de remplacer les contacts en personne, le courriel et la messagerie instantanée sont souvent utilisés pour compléter et améliorer les rapports existants. Ceux qui envoyaient plus de dix courriels par jour à des amis et à des membres de la famille ne se limitaient pas aux courriels servant à faire des plans. Ils utilisaient *tous les médias* pour faire des plans plus souvent que ceux qui envoyaient moins de dix messages par courriel par jour ou ceux qui n'envoyaient pas de courriels du tout à leurs amis ou à leur famille. Ils utilisaient Internet pour maintenir le lien entre les rencontres et pour organiser les futures rencontres en personne. Contrairement aux contacts en personne et par téléphone, les contacts par courriel sont indépendants de la distance (Mok, Carrasco et Wellman, 2008). Ainsi, le courriel est devenu un type d'activité sociale plutôt qu'une façon d'échapper à ce type d'activité. Par ailleurs, des données découlant d'études antérieures de NetLab ont démontré que les personnes qui utilisent fréquemment le courriel ont des réseaux étendus plus larges (p. ex., Boase et coll., 2006). Cela laisse supposer que le courriel joue un rôle particulièrement utile pour le maintien des liens, tandis que les autres médias ne sont peut-être pas aussi efficaces ou pratiques. Par exemple, le courriel est souvent utilisé pour partager de l'information et des photos, plutôt qu'uniquement comme moyen de bavarder. Ce partage constitue une façon utile pour les personnes de maintenir un sentiment de communauté avec celles qui habitent loin. Par ailleurs, sa nature asynchrone fait en sorte qu'il s'accommode bien des fuseaux horaires ou des situations où le clavardage ne fait pas partie des préférences de la personne. Ceci étant dit, les interviews menées à East York par NetLab laissent supposer que, parmi tous les supports Internet, seule la messagerie instantanée remplace les contacts en personne (Carrasco et Miller, 2006). Cela semble sensé, les conversations par messagerie instantanée durant parfois des heures.

Dans le cadre de l'ESG de Statistique Canada sur l'emploi du temps, on a aussi demandé aux répondants de déterminer le nombre de personnes dont ils se sentaient très proches, à l'extérieur du ménage. Les résultats ont révélé que les utilisateurs d'Internet, pour la plupart, ne différaient pas de façon significative des non-utilisateurs du point de vue du nombre de liens étroits qu'ils avaient à l'extérieur du ménage (tableau 4). De même, l'étude de NetLab à East York n'a fait ressortir que des différences minimes, non significatives, dans la taille et la composition du réseau entre les utilisateurs et les non-utilisateurs d'Internet : les utilisateurs avaient légèrement moins de liens familiaux et un peu plus de liens amicaux. Il convient de souligner que l'étude menée à East York a permis d'examiner à la fois les liens plus faibles et les liens forts et très étroits, et n'a pas fait ressortir encore une fois de différences statistiquement significatives entre les utilisateurs et les non-utilisateurs (Wellman et Hogan et coll., 2006).

Tableau 4
Nombre de personnes en dehors du foyer, les utilisateurs et les non-utilisateurs d'Internet, Canada, 2005

	Non-utilisateurs		Utilisateurs d'Internet (1 heure ou moins)				Utilisateurs d'Internet (plus d'une heure)			
	Total	Temps corrigé[1]	Total	Écart	Temps corrigé[1]	Écart corrigé	Total	Écart	Temps corrigé[1]	Écart corrigé
	nombre de personnes que le répondant considérait comme ses « proches »									
Membres de la famille immédiate (y compris mère et père, frères et soeurs, enfants adultes ou belle-famille)[2]	4,1	4,1	3,6	-0,5**	3,8	-0,2	3,5	-0,6**	3,7	-0,3
Autres parents	2,9	2,9	2,9	0,0	2,8	0,0	2,5	-0,4	2,5	-0,4*
Connaissances au travail[3]	2,3	2,3	2,6	0,3	2,6	0,3	2,2	-0,1	2,2	-0,1
Voisins[4]	1,4	1,4	1,5	0,0	1,5	0,1	1,3	-0,2	1,3	-0,1
Autres personnes	4,8	4,9	5,6	0,7**	5,4	0,6*	4,9	0,1	4,7	-0,1
Total[5]	15,2	15,2	16,5	1,3	16,6	1,4	14,2	-1,0	14,3	-0,9

* l'écart par rapport aux non-utilisateurs est statistiquement significatif au niveau de confiance de 95 % ($p < 0,05$)
** l'écart par rapport aux non-utilisateurs est statistiquement significatif au niveau de confiance de 99 % ($p < 0,01$)
1. Les données corrigées tiennent compte de l'âge et du sexe.
2. Les chiffres corrigés tiennent aussi compte du fait que la mère, le père, la belle-mère et le beau-père vivent ou non dans le ménage.
3. Les données corrigées tiennent aussi compte du fait que la principale activité du répondant au cours des sept jours précédents était ou non le travail.
4. Les données corrigées tiennent aussi compte du fait que le répondant habitait ou non le voisinage depuis dix ans ou plus.
5. Les chiffres corrigés du total tiennent aussi compte du fait que la mère, le père, la belle-mère, le beau-père vivent dans le ménage, que la principale activité du répondant au cours des sept derniers jours était le travail, et que le répondant a vécu dans le quartier pendant dix ans ou plus.

Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale - L'emploi du temps (Cycle 19), 2005. Adapté de Veenhof (2006a).

Enfin, l'enquête de Statistique Canada sur l'emploi du temps montre que, même si les utilisateurs d'Internet (et particulièrement les grands utilisateurs) ont consacré moins de temps aux contacts physiques directs avec d'autres personnes, ils étaient tout aussi susceptibles que les non-utilisateurs de souhaiter passer plus de temps avec leur famille et leurs amis. Lorsqu'on leur a demandé à quoi ils consacreraient plus de temps s'ils en avaient la possibilité, le temps passé avec la famille et les amis était l'activité la plus couramment mentionnée par les utilisateurs et les non-utilisateurs d'Internet (Veenhof, 2006a). Compte tenu de la popularité d'Internet pour communiquer avec la famille et les amis et des données selon lesquelles les utilisateurs d'Internet font aussi une utilisation importante du téléphone (Wellman et coll., 2003, Wellman, Hogan et coll., 2006, Veenhof, 2006a), il est clair que les utilisateurs d'Internet ont davantage d'interactions sociales, même si leurs contacts en personne sont moins fréquents dans une certaine mesure.

2.2 Utilisation d'Internet et participation communautaire

Dans le cadre de l'*Enquête sociale générale* (ESG) de 2005 de Statistique Canada sur l'emploi du temps, on a déterminé que 38,5 % des personnes qui utilisaient Internet pendant plus d'une heure par jour décrivaient leur sentiment d'appartenance à la communauté comme « plus ou moins » ou « très » faible, comparativement à 35,2 % des personnes qui utilisaient Internet pendant une heure ou moins, et à 31,6 % des non-utilisateurs (Veenhof, 2006a)[9]. Néanmoins, d'autres données d'enquête révèlent que l'âge comporte une corrélation avec le sentiment d'appartenance à la collectivité, les Canadiens plus jeunes étant plus susceptibles d'avoir un sentiment d'appartenance plus ou moins faible ou très faible à leur communauté locale (Schellenberg, 2004). Lorsque l'on réexamine les données de l'ESG de 2005 en sélectionnant uniquement les personnes âgées de 15 à 25 ans, l'écart dans les perceptions de l'appartenance à la communauté entre les grands utilisateurs d'Internet et les non-utilisateurs diminue et n'est plus statistiquement significatif[10].

Tout comme les sentiments d'appartenance au voisinage, les sentiments d'appartenance à la communauté ont tendance à être plus répandus chez les personnes qui ont vécu dans une région pendant de longues périodes (Schellenberg, 2004). Étant donné qu'un plus grand nombre de non-utilisateurs que d'utilisateurs d'Internet de l'ESG de 2005 avaient vécu dans leur ville ou leur collectivité pendant dix ans ou plus, il est seulement naturel que les utilisateurs d'Internet soient moins susceptibles de décrire un fort sentiment d'appartenance à leur communauté immédiate. En fait, les différences de perceptions quant à l'appartenance à la communauté chez les personnes utilisant Internet pendant plus d'une heure par jour et les non-utilisateurs n'étaient plus statistiquement significatives lorsqu'on limitait la comparaison aux personnes qui avaient vécu dans leur collectivité pendant dix ans ou plus.

D'autres sources de données révèlent en fait que de nombreux utilisateurs d'Internet profitent de leur connexion Internet pour devenir plus actifs dans leur collectivité. Les résultats de l'*Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet* (ECUI) de Statistique Canada montrent que 44,2 % des Canadiens qui utilisaient Internet à leur domicile le faisaient pour se renseigner sur des événements communautaires en 2007. Cette activité était particulièrement répandue chez les utilisateurs d'Internet à la maison titulaires d'un diplôme universitaire et résidant dans des régions urbaines au Canada. Le tableau 5 révèle aussi certaines différences quant à l'utilisation d'Internet pour se renseigner sur des événements communautaires parmi les différents groupes d'âge.

Tableau 5
Pourcentage d'utilisateurs d'Internet à leur domicile[1] qui ont utilisé Internet pour se renseigner sur des événements communautaires, Canada, 2007

	% d'utilisateurs d'Internet à leur domicile
Total	44,2
Sexe	
Hommes	42,5
Femmes	46,0
Âge	
16 à 24 ans	41,7
25 à 34 ans	50,3
35 à 44 ans	49,8
45 à 54 ans	44,3
55 à 64 ans	36,9
65 ans et plus	27,5
Niveau de scolarité	
Moins d'un diplôme d'études secondaires	28,2
Diplôme d'études secondaires	40,4
Études postsecondaires partielles	45,1
Certificat/diplôme d'un collège ou d'une école de formation professionnelle et technique	43,8
Diplôme universitaire	54,6
Location	
Urbaine	46,0
Régions rurales et petites villes	37,1

1. Ce tableau englobe les personnes de 16 ans et plus qui ont indiqué avoir utilisé Internet à leur domicile à des fins personnelles au cours des 12 mois précédant l'enquête.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur l'utilisation de l'Internet, 2007.

9. Seule la différence entre les personnes qui utilisaient Internet pendant plus d'une heure et les non-utilisateurs était statistiquement significative ($p < 0,05$).
10. Même si à peu près la même proportion de non-utilisateurs (36,7 %) que d'utilisateurs modérés d'Internet (36,4 %) âgés de 15 à 25 ans ont décrit leur sentiment d'appartenance à la communauté comme « plus ou moins » ou « très » faible, une proportion légèrement plus élevée (40,9 %) de jeunes personnes qui ont passé plus d'une heure en ligne pendant la journée avaient cette opinion. Toutefois, aucune de ces différences n'était statistiquement significative.

Les interviews menées dans le cadre de l'étude d'East York par NetLab ont aussi révélé qu'Internet est la source la plus couramment utilisée pour se renseigner sur des événements culturels et communautaires (Wellman, Hogan et coll., 2006, Kayahara et Wellman, 2007). À peu près tous les répondants d'East York qui avaient une connexion Internet ont indiqué qu'elle était utile pour obtenir de l'information, parfois même davantage que pour les interactions sociales.

Non seulement les utilisateurs d'Internet se renseignent-ils sur les événements communautaires en ligne, mais certains utilisent Internet pour mener leurs activités comme membres d'une organisation communautaire, que ce soit en communiquant avec d'autres membres de l'organisation, en faisant la promotion d'activités de l'organisation ou en participant à d'autres activités connexes. Les données de l'ESG de Statistique Canada sur l'engagement social montrent que, déjà en 2003, près du quart (23 %) des Canadiens qui participaient au moins à un groupe ou organisation le faisaient au moins en partie par l'entremise d'Internet (Schellenberg, 2004). Les interviews de l'étude d'East York par NetLab corroborent cela, de nombreuses personnes indiquant la pertinence du courriel pour maintenir la participation communautaire entre les réunions et les activités (Wellman, Hogan et coll., 2006).

Même si les résultats de l'ESG de 2005 de Statistique Canada sur l'emploi du temps montrent que les plus grands utilisateurs d'Internet ont passé moins de temps à participer à des sports, à voir des films et à participer à d'autres activités dans leur communauté (voir Veenhof, 2006a), ils ont aussi déclaré profiter davantage de la participation à des clubs et des organisations sociales que les non-utilisateurs. Selon l'*Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes* de 2003, on a aussi déterminé que les utilisateurs modérés et les grands utilisateurs de l'ordinateur à la maison étaient plus susceptibles que les personnes ayant une utilisation moins intensive d'avoir participé à des groupes culturels, éducatifs ou de loisirs au cours de l'année précédente (Veenhof, 2006b)[11].

Outre leurs collectivités immédiates, les utilisateurs d'Internet contribuent aussi aux collectivités en ligne. Les résultats de l'ECUI de 2007 de Statistique Canada montrent que le cinquième (20,3 %) des utilisateurs d'Internet à leur domicile âgés de 16 ans et plus avaient fourni du contenu en participant à des blogues, en faisant du partage d'images ou en participant à des groupes de discussion en ligne ou à des babillards électroniques, par exemple. Ces activités étaient particulièrement populaires chez les jeunes, l'enquête ayant déterminé que plus de la moitié des personnes ayant fourni du contenu avaient moins de 30 ans (Statistique Canada, 2008).

2.3 Utilisation d'Internet et participation politique

Les indications selon lesquelles un moins grand nombre de personnes vont aux urnes dans de nombreuses démocraties établies (Niemi et Weisberg, 2001, Putnam, 2000, Lijphart, 1997) laissent supposer que les Nord-Américains aujourd'hui ne sont pas aussi engagés politiquement que leurs prédécesseurs. En réalité, la nature de la participation politique change. Les mesures traditionnelles de la participation communautaire, comme les taux de scrutin, ne sont peut-être plus appropriées pour rendre compte de l'étendue de la participation politique des personnes. Il y a de nombreuses années, les analystes ont observé une transformation de la participation communautaire, c'est-à-dire le passage de formes traditionnelles d'engagement politique, comme le scrutin, à des activités non conventionnelles, comme le boycottage, les pétitions et les manifestations (Niemi et Weisberg, 2001, Inglehart, 1990). Les temps changent peut-être, et même s'il est trop tôt pour tirer des conclusions, certains articles font état d'une plus grande participation des jeunes Américains qui possèdent de bonnes connaissances en informatique aux compagnes politiques (Heilemann, 2007).

Les gens utilisent de nombreux supports d'information et de communication pour recueillir des données concernant les questions politiques et pour exprimer leurs opinions et leurs préoccupations à cet égard. Le type de support utilisé est important, particulièrement parce qu'il a des répercussions sur la participation politique (Keown, 2007, Jennings et Zeitner, 2003, Putnam, 2000, Shah, McLeod et Yoon, 2001, Howard, 2006, Xenos et Moy, 2007). Avant l'avènement d'Internet, les personnes étaient généralement limitées du point de vue de leur accès aux nouvelles par ce qui était disponible dans leurs médias locaux et réseaux de nouvelles. Les gens s'expriment en écrivant aux politiciens et aux représentants locaux, ainsi qu'en envoyant des lettres aux journaux ou à d'autres médias, sans garantie qu'elles seront portées à la connaissance du public. Par ailleurs, au Canada, le nombre de sources médiatiques consommées a tendance à varier selon la région, ce qui laisse supposer que la gamme variée de médias utilisés peut notamment comporter un lien direct avec la taille du marché des médias (Keown, 2007).

L'arrivée d'Internet a modifié cette dynamique. Les choix de nouvelles ne se limitent plus à ce qui est disponible dans les marchés locaux. Selon le *Toronto Star*, le lectorat des journaux a atteint des niveaux record, si l'on tient compte des versions en ligne (Olive, 2007). Les données de l'ECUI de Statistique Canada montrent que la majorité des utilisateurs d'Internet à leur domicile au Canada (63,7 %) l'ont utilisé en 2007 pour voir les nouvelles ou les sports. De nombreux

11. Cette étude a mesuré le temps consacré à l'ordinateur en général, par opposition à Internet. Les utilisateurs modérés de l'ordinateur étaient définis comme les personnes passant entre 10 et 30 heures à l'ordinateur à leur domicile au cours d'un mois typique, et les grands utilisateurs étaient définis comme les personnes passant 30 heures ou plus à l'ordinateur à leur domicile au cours d'un mois typique.

sites de nouvelles en ligne offrent aussi d'autres avantages par rapport aux journaux traditionnels : l'information est accessible plus rapidement, les sites comprennent souvent des vidéos et des liens avec d'autres informations pertinentes, et certains sites sont véritablement interactifs (Olive, 2007). Par ailleurs, les utilisateurs d'Internet peuvent exprimer leurs opinions sur les questions politiques et sociales qui sont importantes pour eux, et les partager avec un auditoire, sans avoir à subir les filtres traditionnels, comme l'équipe de rédaction des journaux. À cette fin, ils utilisent le courriel, un blogue, un babillard électronique ou la page « Commentaires » des sites de nouvelles, par exemple. Même si les sites Web et les babillards électroniques sur Internet ont souvent des rédacteurs ou des modérateurs, Internet peut aussi fournir de nombreuses occasions de s'exprimer sans contraintes, et la tendance générale est à l'augmentation de la capacité des utilisateurs d'Internet d'exprimer leurs opinions. Ces opinions sont plus diversifiées et plus largement diffusées que par le bouche-à-oreille traditionnel.

En fait, dans le cadre de l'ESG de 2003 sur l'engagement social, on a déterminé que peu de Canadiens (17 %), utilisateurs ou non d'Internet, qui suivaient les nouvelles plusieurs fois par semaine, ne se fiaient qu'à une source médiatique. Lorsqu'une seule source était utilisée, il s'agissait souvent de la télévision (Keown, 2007). Les données canadiennes et américaines montrent que les taux plus faibles de participation politique sont liés à l'utilisation de la télévision comme seule source de nouvelles (Keown, 2007, Jennings et Zeitner, 2003, Putnam, 2000, Shah, McLeod et Yoon, 2001).

Même si certaines activités politiques, comme les contacts avec les journaux ou les politiciens et la participation à des réunions publiques sont plus répandues chez les adultes d'âge moyen et plus âgés, ce sont les Canadiens plus jeunes qui ont le plus tendance à chercher de l'information sur les questions politiques. Selon l'ESG sur l'engagement social, en 2003, environ le tiers (33,2 %) des Canadiens de 15 à 29 ans ont cherché de l'information sur les questions politiques (en ligne ou autrement), tandis que seulement le quart des 30 à 49 ans (25,3 %) et des 50 à 64 ans (24,5 %) ont fait de même (Schellenberg, 2004).

Des données plus récentes du module sur la cohésion sociale de l'ECUI de 2005 confirment qu'une part importante de cette recherche d'informations se fait en ligne. En 2005, la moitié (51,4 %) des Canadiens qui utilisaient Internet à leur domicile ont indiqué l'avoir fait pour lire des journaux ou des magazines concernant une question sociale ou politique particulière, les jeunes Canadiens étant les plus actifs à cet égard (tableau 6).

Non seulement les Canadiens utilisent-ils Internet pour chercher de l'information concernant les questions sociales et politiques auprès de sources officielles, mais ils le font aussi pour savoir ce que pensent les autres Canadiens ou pour correspondre avec eux. Près du tiers (29,2 %) des utilisateurs d'Internet à leur domicile au Canada lisaient les commentaires des autres Canadiens concernant les questions politiques et sociales en 2005, et 13,8 % ont indiqué utiliser Internet pour correspondre avec des Canadiens concernant des questions politiques ou sociales particulières. Ainsi, Internet fournit non seulement une solution de rechange aux médias traditionnels, comme source d'information, mais sert aussi de tribune pour permettre aux personnes motivées politiquement de communiquer entre elles et de partager leurs points de vue. Encore une fois, les jeunes adultes avaient tendance à être plus actifs lorsqu'il s'agissait de prendre connaissance de ce que les autres Canadiens pensent au sujet de questions particulières.

Le tableau 6 montre aussi que les utilisateurs d'Internet à la maison de sexe masculin étaient plus susceptibles que les utilisatrices de lire des journaux en ligne concernant des questions particulières, de prendre connaissance des commentaires d'autres Canadiens ou de correspondre avec d'autres Canadiens au sujet de ces questions. Le niveau de scolarité et le lieu de résidence faisaient aussi une différence. Une proportion significativement plus élevée (63,1 %) de personnes titulaires d'un diplôme universitaire utilisaient Internet pour lire des journaux ou des magazines en ligne concernant des questions sociales ou politiques particulières en 2005, comparativement aux personnes ayant d'autres niveaux de scolarité. Les personnes titulaires d'un diplôme universitaire ou ayant fait des études postsecondaires partielles étaient aussi significativement plus susceptibles que les autres groupes d'avoir pris connaissance des commentaires de Canadiens ou d'avoir correspondu avec d'autres Canadiens concernant des questions sociales ou politiques sur Internet.

La participation politique des utilisateurs de l'ordinateur ne se limite pas aux activités en ligne. Sans surprise, peut-être, les données de l'*Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes* (EIACA) de 2003 montrent que les utilisateurs réguliers de l'ordinateur à la maison étaient aussi plus susceptibles de participer à des organisations politiques que ceux qui utilisaient l'ordinateur moins fréquemment ou pas du tout : 5,5 % des Canadiens qui passaient au moins 30 heures par mois à l'ordinateur à la maison étaient membres d'une organisation politique en 2003, comparativement à seulement 3,7 % des personnes qui utilisaient leur ordinateur pendant moins de 10 heures par mois (Veenhof, 2006b).

Même si de nombreux Canadiens utilisent Internet pour obtenir de l'information concernant les questions politiques ou sociales, la plupart n'ont pas abandonné les sources traditionnelles d'information. Même si certains utilisateurs d'Internet déclarent passer moins de temps à consulter d'autres médias (notamment la télévision), depuis qu'ils ont commencé à utiliser Internet (Kraut et coll., 2005, Dryburgh, 2001, Williams, 2001), les utilisateurs d'Internet demeurent des consommateurs actifs d'autres médias. Les conclusions de l'ESG de Statistique Canada (2005) sur

l'emploi du temps montrent que les utilisateurs d'Internet ne diffèrent pas significativement des non-utilisateurs du point de vue du temps qu'ils consacrent aux médias traditionnels et, en fait, passent plus de temps à lire des livres que les non-utilisateurs d'Internet (Veenhof, 2006a, Veenhof et Lecavalier, 2006). Ces résultats sont assez similaires à ceux de l'EIACA de 2003, selon lesquels les grands utilisateurs de l'ordinateur dans de nombreux pays ont passé plus de temps que les utilisateurs occasionnels à regarder la télévision, et étaient plus susceptibles de lire fréquemment (Veenhof, 2006b). D'autres enquêtes sur les habitudes médiatiques des utilisateurs d'Internet ont aussi fait état d'un niveau d'engagement élevé dans des activités traditionnelles de lecture par les utilisateurs d'Internet (Cole et Robinson, 2002, Pronovost, 2002).

En résumé, les données recueillies laissent supposer que les utilisateurs d'Internet ne s'isolent pas des autres sources d'information, mais utilisent Internet pour recueillir et échanger des renseignements additionnels concernant les questions politiques ou sociales. Leur utilisation d'Internet complète les sources traditionnelles d'information plutôt que de les remplacer.

2.4 Internet et bénévolat

Le bénévolat est une façon courante pour les personnes de s'engager dans leurs collectivités. L'incidence du bénévolat au Canada est la plus élevée chez les jeunes adultes, même si le temps consacré aux activités bénévoles est plus élevé dans les faits chez les groupes plus âgés (Hall et coll., 2006). Certains Canadiens utilisent Internet comme instrument à cet égard, pour trouver des possibilités de bénévolat, communiquer avec d'autres bénévoles et, parfois, des représentants du public. Selon l'*Enquête canadienne sur le don, le bénévolat et la participation* de 2004 de Statistique Canada, 8 % des bénévoles ont utilisé Internet pour trouver des possibilités de bénévolat, et environ 20 % des bénévoles ont utilisé Internet d'une façon ou d'une

Tableau 6
Pourcentage d'utilisateurs d'Internet à leur domicile[1] qui ont utilisé Internet pour consulter ou échanger de l'information concernant des questions politiques ou sociales, Canada, 2005

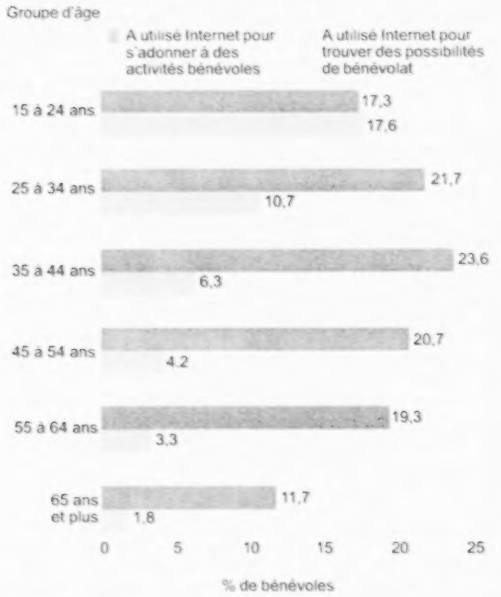
	Lire des journaux ou des magazines en ligne concernant une question sociale ou politique particulière	Prendre connaissance de ce que les autres Canadiens pensent au sujet d'une question sociale ou politique particulière	Correspondre avec d'autres Canadiens concernant une question sociale ou politique particulière
	% d'utilisateurs d'Internet à leur domicile		
Total	51,4	29,2	13,8
Sexe			
Hommes	57,8	35,2	17,2
Femmes	45,1	23,3	10,5
Âge			
18 à 24 ans	58,3	35,4	21,3
25 à 34 ans	56,7	33,7	13,8
35 à 44 ans	50,2	27,6	11,7
45 à 54 ans	48,1	27,0	11,0
55 à 64 ans	45,5	24,0	13,1
65 ans et plus	40,7	20,6	13,1[E]
Niveau de scolarité			
Moins d'un diplôme d'études secondaires	37,2	18,2	7,3[E]
Diplôme d'études secondaires	44,0	23,0	10,2
Études postsecondaires partielles	54,9	34,1	18,8
Certificat/diplôme d'un collège ou d'une école de formation professionnelle et technique	48,1	24,5	11,3
Diplôme universitaire	63,1	40,5	19,4
Location			
Urbaine	53,2	30,5	14,4
Régions rurales et petites villes	43,8	24,0	11,6

[E] - à utiliser avec prudence
1. Ce tableau englobe les personnes de 18 ans et plus qui ont indiqué avoir utilisé Internet à leur domicile à des fins personnelles au cours des 12 mois précédant l'enquête.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur l'utilisation de l'Internet, 2005.

autre pendant leurs activités de bénévolat (Hall et coll., 2006). Contrairement aux perceptions quant au désengagement des jeunes, ce sont les jeunes Canadiens qui utilisent le plus activement Internet pour trouver des possibilités de bénévolat (graphique 3)[12]. Toutefois, on a noté des différences plus faibles (et dans certains cas non significatives) entre les groupes d'âge quant à l'utilisation d'Internet pour mener des activités bénévoles.

Graphique 3
Pourcentage de bénévoles qui ont utilisé Internet pour trouver des possibilités de bénévolat et pour s'adonner à des activités bénévoles, selon le groupe d'âge, Canada, 2004



Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le don, le bénévolat et la participation, 2004.

Une question distincte se pose, à savoir si les utilisateurs d'Internet consacrent autant de temps au bénévolat que les non-utilisateurs. Les données de l'ESG de 2005 de Statistique Canada sur l'emploi du temps montrent que les utilisateurs modérés d'Internet étaient plus susceptibles de faire du bénévolat et y consacraient plus de temps que les personnes qui passaient plus d'une heure en ligne par jour ainsi que les non-utilisateurs. Le graphique 4 décrit en détail les taux de bénévolat des différents groupes d'utilisateurs et de non-utilisateurs d'Internet, ainsi que la proportion de ces personnes qui ont indiqué avoir fait du bénévolat pendant 5 à 15 heures, ou plus de 15 heures, sur une base mensuelle. À noter que les données du graphique 4 ne tiennent pas compte de l'âge ou d'autres caractéristiques.

Une analyse additionnelle à partir des données du journal sur l'emploi du temps disponibles dans l'ESG de 2005 confirme que les utilisateurs modérés d'Internet étaient les plus susceptibles de consacrer du temps au bénévolat, une fois contrôlées un certain nombre des caractéristiques des répondants. Une analyse de classification multiple (ACM) a été effectuée, afin de déterminer si les utilisateurs et les non-utilisateurs d'Internet différaient du point de vue de la somme de temps consacrée aux activités de bénévolat, une fois contrôlés l'âge, le sexe, le nombre d'enfants vivant dans le ménage et la scolarité, ainsi que du temps passé au travail et du jour de la semaine pendant lequel le journal sur l'emploi du temps avait été rempli. Une fois ces facteurs contrôlés, les résultats ont révélé que les personnes passant plus d'une heure par jour sur Internet et les non-utilisateurs ne différaient pas de façon significative du point de vue du temps consacré à leurs activités de bénévolat. Toutefois, les utilisateurs modérés d'Internet (c'est-à-dire ceux passant une heure ou moins par jour sur Internet) semblent consacrer beaucoup plus de temps aux activités de bénévolat que les non-utilisateurs.

3.1 Facteurs sociodémographiques influant sur l'utilisation d'Internet

Des différences quant à l'accès à Internet et à son utilisation ont été notées chez les Canadiens, selon l'âge, le sexe, le revenu, le niveau de scolarité et le lieu de résidence (McKeown et Noce, 2007, Sciadas, 2002). Par ailleurs, des études de la fracture numérique ont établi un lien entre l'accès à Internet et son utilisation et de nombreux facteurs sociodémographiques dans de nombreux pays (Sciadas, 2003, 2005, OCDE, 2001).

L'analyse qui suit se concentre sur trois groupes sociodémographiques particuliers affichant des modèles distincts d'utilisation d'Internet : les immigrants récents, les Canadiens vivant dans des régions rurales et les Canadiens âgés.

3.2 Utilisation d'Internet par les nouveaux Canadiens

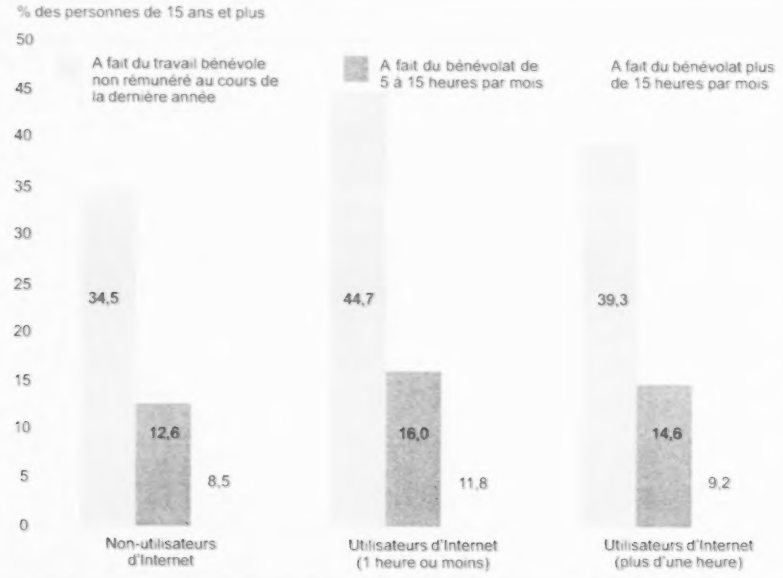
Les recherches effectuées au Canada ont permis de déterminer des modèles distincts d'utilisation d'Internet par les immigrants au Canada, et plus particulièrement les immigrants récents. En 2003, l'*Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes* de Statistique Canada et de l'OCDE a montré que les immigrants au Canada et dans plusieurs autres pays affichent des niveaux élevés d'utilisation de l'ordinateur à la maison (Veenhof, 2006b). La même enquête a aussi permis de déterminer un lien entre la langue la plus souvent parlée à la maison et le temps

12. Les différences quant à l'utilisation d'Internet pour trouver des possibilités de bénévolat étaient statistiquement significatives pour tous les groupes d'âge de la figure 3, au niveau de confiance de 95 %.

passé à l'ordinateur : 37,3 % des personnes qui parlaient une autre langue que l'anglais ou le français à la maison passaient 30 heures ou plus par mois à leur ordinateur à la maison. Par contre, seulement 28,6 % des Canadiens parlant anglais et 26,4 % des Canadiens parlant français faisaient de même.

Les immigrants récents sont aussi plus susceptibles que les personnes nées au Canada et les autres immigrants d'utiliser Internet pour communiquer avec leur famille et leurs amis. L'ESG sur l'engagement social de 2003 a permis de déterminer que 56,0 % des Canadiens de 25 à 54 ans qui ont immigré au Canada entre 1990 et 2003 avaient utilisé Internet au cours du mois précédent pour communiquer avec des amis, comparativement à 48,1 % des personnes nées au Canada. De même, 55,9 % des immigrants récents ont utilisé Internet pour communiquer avec leur famille, comparativement à 42,6 % des personnes nées au Canada (Schellenberg, 2004; voir aussi le tableau 3 de la présente étude). Une étude antérieure fondée sur des données de l'ESG de 2000 de Statistique Canada a aussi permis de déterminer que les utilisateurs d'Internet nés à l'étranger étaient plus susceptibles que les personnes nées au Canada d'utiliser le courriel sur une base quotidienne pour communiquer avec des parents et des amis (Dryburgh, 2001). Il existe probablement un certain nombre de facteurs liés à l'utilisation élevée d'Internet par les immigrants récents pour communiquer avec la famille à l'étranger. Internet représente par exemple une façon économique de le faire. En outre, les immigrants récents ont, en moyenne, des niveaux relativement élevés de scolarité — un autre facteur lié à l'utilisation accrue d'Internet (Schellenberg, 2004)[13].

Graphique 4
Incidence du bénévolat et heures de bénévolat, utilisateurs et non utilisateurs d'Internet, Canada, 2005



Source : Statistique Canada, Enquête sociale générale - L'emploi du temps (Cycle 19), 2005.

13. Les travaux futurs pourraient étudier les différences dans l'utilisation d'Internet entre les immigrants et les personnes nées au Canada, tout en contrôlant aussi les caractéristiques comme la scolarité, l'âge et le revenu.

Les interviews menées à East York par NetLab fournissent une étude de cas illustrant ce phénomène (Kayahara et coll., 2005). Au total, 39 % des personnes interviewées étaient des immigrants, et près de la moitié d'entre elles avaient immigré au Canada au cours des cinq dernières années. Pour la presque totalité des immigrants récents, l'utilisation d'Internet pour entretenir des liens avec les amis et la famille dans leur pays d'origine constituait une priorité de premier plan.

Internet a servi davantage à maintenir des liens qu'à créer de nouveaux liens au Canada, et cela n'est pas propre aux immigrants. L'étude d'East York a révélé que moins de 1 % de tous les liens personnels étroits avaient été créés sur Internet seulement (Wellman, Hogan et coll., 2006). Les immigrants ont trouvé Internet particulièrement utile pour recueillir des données concernant la ville de Toronto et pour choisir d'y immigrer, plutôt que dans toute autre ville. Toutefois, l'étude a démontré qu'une fois qu'ils sont arrivés, tout comme la plupart des Canadiens, les immigrants ont créé de nouveaux liens grâce à d'anciennes méthodes.

Des données récentes de l'ECUI de 2007 de Statistique Canada font état de façon détaillée de certaines autres différences dans la façon dont les immigrants (et plus particulièrement les immigrants récents) utilisent Internet par rapport aux personnes nées au Canada. Le tableau 7 compare les activités en ligne des utilisateurs d'Internet nés au Canada à leur domicile avec celles de deux groupes d'immigrants qui utilisent aussi Internet à leur domicile : les personnes qui ont immigré au Canada avant 1997, et celles qui ont immigré en 1997 ou après[14]. Les immigrants récents et les personnes nées au Canada étaient tout aussi susceptibles d'utiliser Internet pour un certain nombre d'activités en ligne liées aux communications, mais les immigrants récents étaient plus susceptibles de faire des appels téléphoniques en ligne et d'utiliser un service de messagerie instantanée. Comparativement aux personnes nées au Canada, les immigrants récents ont aussi affiché une forte utilisation de certains types de renseignements culturels en ligne. Par exemple, les trois quarts (75,0 %) regardaient les sports en ligne, comparativement à 62,1 % des utilisateurs d'Internet nés au Canada. Les immigrants récents utilisaient aussi activement Internet pour télécharger de la musique, des films ou des émissions de télévision et pour écouter la radio en ligne.

Tableau 7
Certaines activités des utilisateurs d'Internet à leur domicile[1], selon le statut d'immigrant, Cana 2007

	Nées au Canada	A immigré en 1997 ou après	A immigré avant 1997
	% des utilisateurs à domicile qui se sont adonnés à cette activité		
Communication			
Courriel	92,3	92,9	88,6
Utiliser un service de messagerie instantanée	50,4	62,0	38,8
Communiquer avec le gouvernement canadien	25,4	25,7	26,3
Fournir du contenu (blogues, groupes de discussion, photos)	20,9	17,4	16,7
Faire des appels téléphoniques par Internet	6,4	26,8	12,5
Obtenir de l'information locale			
Obtenir des bulletins météorologiques ou les conditions routières	71,2	65,9	61,4
Voir les nouvelles ou les sports	62,1	75,0	65,4
Se renseigner sur des événements communautaires	44,4	45,0	42,6
Obtenir d'autres renseignements			
Trouver des renseignements ou faire des arrangements de voyage	65,4	66,4	68,6
Chercher des renseignements médicaux ou liés à la santé	59,5	53,3	55,5
Chercher des renseignements sur le gouvernement canadien	51,5	54,6	49,0
Chercher un emploi	30,7	58,8	28,6
Loisir			
Fureter pour s'amuser ou se détendre (surfer sur Internet)	78,3	62,4	67,8
Télécharger ou sauvegarder de la musique	45,6	53,8	31,5
Pour des jeux	41,4	31,9	25,5
Écouter la radio sur Internet	27,6	33,5	26,3
Télécharger ou regarder la télévision ou un film	19,1	34,1	18,5

1. Ce tableau englobe les personnes de 16 ans et plus qui ont indiqué avoir utilisé Internet à leur domicile à des fins personnelles au cours des 12 mois précédant l'enquête. Une très faible proportion d'utilisateurs d'Internet qui vivaient au Canada au moment de l'enquête, mais qui n'avaient pas le statut d'immigrant ayant obtenu le droit d'établissement, sont exclus du tableau.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur l'utilisation de l'Internet, 2007.

14. Aux fins de la présente étude, les immigrants ont été répartis en quartiles ou quatre groupes égaux, selon leur année d'immigration. Les immigrants qui sont arrivés au Canada en 1997 ou après représentent le quart de tous les immigrants de l'ECUI de 2007. Ces personnes sont définies comme des « immigrants récents ». Cette définition est fondée sur la répartition des données et peut différer des définitions utilisées dans d'autres recherches.

Ces conclusions font ressortir qu'Internet peut être une ressource essentielle pour maintenir le contact avec la famille et les amis à l'étranger, et peut aussi offrir du contenu culturel ethnique et en langue étrangère, contenu qui est peut-être difficile à trouver pour les immigrants récents dans leur collectivité immédiate.

3.3 Utilisation d'Internet par les Canadiens des régions rurales

La fracture numérique rurale, c'est-à-dire l'écart dans l'accès à Internet et son utilisation entre les personnes qui vivent dans des centres urbains et celles qui vivent dans des régions rurales, a été un sujet de recherche dans de nombreux pays, y compris au Canada (Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts, 2008, McKeown et Noce, 2007, Veenhof, Neogi et van Tol, 2003, Groupe de travail national sur les services à large bande, 2001). Un nombre significativement plus faible de Canadiens vivant dans des régions rurales que de Canadiens vivant dans des régions urbaines utilisent Internet. L'ECUI de 2007 de Statistique Canada a montré que 75,6 % des Canadiens vivant dans des régions urbaines utilisaient Internet à des fins personnelles (peu importe le lieu d'utilisation), comparativement à 65,2 % des Canadiens des régions rurales. Ces derniers étaient aussi moins susceptibles d'utiliser Internet à la maison (59,5 %) que les Canadiens vivant dans des régions urbaines (71,4 %). Une étude récente a conclu que la fracture numérique rurale persiste, même lorsque l'on contrôle d'autres facteurs, comme l'âge, le sexe, le revenu et la scolarité (McKeown et Noce, 2007).

Toutefois, Internet offre la possibilité aux Canadiens des régions rurales de surmonter les obstacles liés à l'éloignement. Par exemple, il augmente leur capacité d'accéder à des biens, des services et de l'information qui ne sont pas facilement disponibles dans leur collectivité immédiate, de participer à des cours à distance lorsque l'accès à certaines écoles ou certains programmes est difficile (ou trop coûteux) par ailleurs, en raison de l'éloignement, ainsi que d'utiliser les services de télémédecine pour parler à un spécialiste ou envoyer leurs résultats de tests à des hôpitaux éloignés pour qu'ils soient interprétés. Comme les immigrants, les Canadiens des régions rurales apprécient la possibilité que leur offre Internet de communiquer avec des amis et des parents qui vivent loin, généralement dans des villes canadiennes[15].

À partir des données de l'ECUI de 2007, le tableau 8 révèle que les utilisateurs d'Internet à domicile dans les régions urbaines étaient légèrement plus susceptibles de s'adonner à un certain nombre d'activités en ligne, et plus particulièrement d'utiliser Internet pour obtenir des renseignements financiers, ainsi que pour diverses formes de communications et de loisirs. L'accès à Internet à large bande facilite un certain nombre d'applications, comme le téléchargement de musique, l'écoute de la radio sur Internet ou de la télévision en ligne, des activités qui sont beaucoup plus populaires chez les Canadiens des régions urbaines que chez les personnes vivant dans des régions rurales. Les utilisateurs des régions urbaines étaient aussi plus susceptibles de trouver des renseignements de voyage, de voir les nouvelles et les sports, de se renseigner sur des activités communautaires ou d'utiliser Internet pour leurs besoins d'études ou de formation que leurs homologues des régions rurales. Toutefois, les utilisateurs des régions rurales étaient plus susceptibles que les utilisateurs des régions urbaines de jouer à des jeux en ligne avec d'autres. Les différences dans l'utilisation d'Internet pour accéder aux services de messagerie instantanée, communiquer avec le gouvernement canadien, obtenir des bulletins météorologiques ou des conditions routières, ou fureter pour s'amuser et se détendre n'étaient pas statistiquement significatives. Toutefois, le modèle global qui ressort est que les utilisateurs d'Internet des régions urbaines participent généralement à une plus grande variété d'activités en ligne que les résidents des régions rurales du Canada.

Même si Internet représente une ressource significative pour certains utilisateurs des régions rurales, les résultats qui précèdent confirment qu'il subsiste non seulement un clivage quant à l'*accès* à Internet entre les utilisateurs des régions urbaines et rurales, mais aussi quant à l'*utilisation* d'Internet. Le « clivage au chapitre de l'utilisation » fait ressortir que l'évaluation de la disponibilité de l'infrastructure Internet seulement n'est pas suffisante pour mesurer de façon appropriée les répercussions qu'Internet peut avoir sur la capacité de tous les citoyens de participer à la société numérique (Middleton et Ellison, 2008, Montagnier, 2007, OCDE, 2004).

Selon une étude récente de NetLab, les résidents de la région rurale de Chapleau en Ontario ont déclaré que la disponibilité de la large bande joue un rôle clé quant à leur utilisation diversifiée d'Internet (Behrens, Glavin et Wellman, 2007, Collins et Wellman, 2008). Cette disponibilité demeure un problème dans certaines régions rurales et éloignées au Canada, selon les derniers chiffres de l'ECUI. Même si la grande majorité (91,4 %) des utilisateurs d'Internet à leur domicile dans les régions urbaines avaient une connexion à haute vitesse en 2007, un peu moins des trois quarts (72,5 %) des utilisateurs des régions rurales déclaraient utiliser une connexion à haute vitesse à la maison. En outre, plus de la moitié des résidents des régions rurales utilisant un service plus lent déclaraient que la connexion à haute vitesse n'était pas disponible dans leur région (Statistique Canada, 2008). Compte tenu du rapport qui peut exister entre l'accès à large bande et le temps que les utilisateurs passent sur Internet, ainsi que les types d'activités auxquelles ils s'adonnent (Montagnier, 2007), l'absence de disponibilité d'une connexion à large bande dans certaines régions rurales et éloignées devrait continuer

15. Par exemple, une étude récente de NetLab dans la région rurale de Chapleau (en Ontario) faisait état d'un répondant qui déclarait regarder sans arrêt son petit-fils nouveau-né dans une autre ville, grâce à une webcam attachée au berceau de ce dernier (Collins et Wellman, 2008).

à jouer un rôle pour expliquer certaines des différences dans la façon dont Internet est utilisé dans ces régions. En fait, les Canadiens qui vivent dans des régions rurales et éloignées déclarent que la gamme d'activités en ligne auxquelles ils participent et l'efficacité avec laquelle ils peuvent s'adonner à ces activités sont limitées par l'absence de services à haute vitesse (Comité sénatorial permanent de l'agriculture et de la foresterie, 2008, Cobb, 2007).

3.4 Utilisation d'Internet par les Canadiens âgés

L'âge constitue un autre facteur lié aux niveaux d'accès à Internet au Canada et dans de nombreuses régions du monde (OCDE, 2001, 2004, Sciadas, 2002, 2003, Département du commerce des États-Unis, 2004). Les données de l'ECUI révèlent que 60,8 % des Canadiens de 55 à 64 ans ont accédé à Internet à des fins personnelles en 2007, mais que la proportion de personnes âgées de 65 ans et plus ayant fait de même est beaucoup plus faible (28,8 %). Par contre, les taux d'utilisation d'Internet (peu importe le lieu d'utilisation) à des fins personnelles en 2007, dans le cas des autres groupes d'âge, étaient de 93,1 % pour les personnes de 16 à 34 ans et de 79,8 % pour les personnes de 35 à 54 ans.

Les Canadiens âgés utilisent aussi Internet différemment des jeunes Canadiens (Veenhof, 2006c, Silver, 2001). En 2007, les jeunes utilisateurs adultes étaient relativement plus susceptibles d'utiliser Internet pour la messagerie instantanée, fournir du contenu en ligne, voir les nouvelles ou les sports, télécharger de la musique et des émissions de télévision ou des films et écouter la radio (tableau 9). Contrairement à de nombreuses autres activités, l'utilisation du courriel a un niveau égal de prévalence parmi ces trois catégories d'âge plus élevées, ce qui rend peut-être compte de la tendance des utilisateurs plus âgés à utiliser le courriel pour communiquer avec leur famille

Tableau 8
Certaines activités des utilisateurs d'Internet à leur domicile[1], selon le lieu de résidence[2], Canada, 2007

	Urbaine	Rurale	Urbaine : Rurale
	% des utilisateurs à domicile qui se sont adonnés à cette activité		Rapport
Communication			
Courriel	92,6	89,2	1,0
Utiliser un service de messagerie instantanée	50,2	48,5	1,0
Communiquer avec le gouvernement canadien	25,8	24,5	1,1
Fournir du contenu (blogues, groupes de discussion, photos)	21,2	16,5	1,3
Faire des appels téléphoniques par Internet	9,6	5,2	1,8
Obtenir de l'information locale			
Obtenir des bulletins météorologiques ou les conditions routières	69,3	71,4	1,0
Voir les nouvelles ou les sports	65,5	56,6	1,2
Se renseigner sur des événements communautaires	46,0	37,1	1,2
Obtenir des données financières			
Effectuer des opérations bancaires électroniques ou acquitter des factures	63,9	56,7	1,1
Se renseigner sur des investissements	26,7	20,5	1,3
Obtenir d'autres renseignements			
Trouver des renseignements ou faire des arrangements de voyage	67,8	59,2	1,1
Chercher des renseignements médicaux ou liés à la santé	59,4	55,2	1,1
Chercher des renseignements sur le gouvernement canadien	52,5	46,9	1,1
Chercher un emploi	34,4	23,9	1,4
Scolarité			
Pour les besoins d'études d'une formation ou de travaux scolaires	51,4	41,8	1,2
Loisir			
Fureter pour s'amuser ou se détendre (surfer sur Internet)	75,8	76,5	1,0
Télécharger ou sauvegarder de la musique	45,7	39,4	1,2
Pour des jeux	38,0	41,0	0,9
Écouter la radio sur Internet	29,2	23,5	1,2
Télécharger ou regarder la télévision ou un film	21,9	13,8	1,6

1. Ce tableau englobe les personnes de 16 ans et plus qui ont indiqué avoir utilisé Internet à leur domicile à des fins personnelles au cours des 12 mois précédant l'enquête.
2. Les régions urbaines comprennent toutes les régions métropolitaines de recensement (RMR) et les agglomérations de recensement (AR). Les régions rurales sont les autres régions, par exemple, les régions autres que des régions métropolitaines de recensement et les agglomérations autres que des agglomérations de recensement.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur l'utilisation de l'Internet, 2007.

(cela correspond aux résultats des études antérieures : voir, par exemple, le tableau 3 de la présente étude). En fait, d'autres études ont démontré que les personnes âgées qui envoient des courriels aux membres de leur famille sont susceptibles de dire qu'elles communiquent plus souvent avec les membres de leur famille maintenant, et une majorité d'entre elles sont d'avis qu'Internet a amélioré leurs liens avec leur famille (Thayer et Ray, 2006, Howard, Rainie et Jones, 2001). Les données de l'ECUI montrent aussi que les personnes âgées étaient plus susceptibles que les Canadiens d'âge moyen d'utiliser Internet pour jouer à des jeux avec d'autres. Néanmoins, les jeux en ligne étaient les plus populaires parmi les jeunes Canadiens de 16 à 34 ans.

Les personnes âgées étaient aussi actives en ce qui a trait à la recherche de renseignements liés à la santé (52,4 %) sur Internet. Un certain nombre d'activités ont gagné en popularité parmi les personnes âgées en 2007 par rapport à 2005, y compris la messagerie instantanée et les nouvelles ou les sports en ligne. Ceci étant dit, ces activités sont demeurées plus populaires chez les jeunes. Même si les Canadiens âgés ont généralement participé à un moins grand nombre d'activités en ligne, ils étaient des utilisateurs assez actifs du courriel et des jeux en ligne par rapport aux autres groupes d'âge.

4.1 Reprise du débat concernant Internet

Les données contenues dans le présent document contribuent à notre compréhension de la façon dont Internet favorise la transformation des relations avec les membres de la famille et les parents, les membres de la collectivité, les organisations bénévoles et au travail (aspect non étudié ici). Même si on a beaucoup parlé des effets négatifs d'Internet, les données présentées ici n'appuient pas la notion selon laquelle Internet accroît l'isolement social. Les recherches montrent plutôt qu'Internet favorise les interactions avec les membres de la collectivité et la participation à des organisations sociales. Dans une large mesure, il s'agit essentiellement d'une amélioration des rapports existants, les personnes ayant maintenant d'autres médias pour communiquer entre elles. Outre les rencontres en personne, les rendez-vous, les lignes téléphoniques terrestres et mobiles, ils peuvent

Tableau 9
Certaines activités des utilisateurs d'Internet à leur domicile[1], selon le groupe d'âge, Canada, 2007

	16 à 34 ans	35 à 54 ans	55 à 64 ans	65 ans et plus
	% des utilisateurs à domicile qui se sont adonnés à cette activité			
Communication				
Courriel	95,3	89,5	90,2	89,8
Utiliser un service de messagerie instantanée	72,9	37,1	30,5	25,6
Communiquer avec le gouvernement canadien	22,0	29,1	28,0	19,7
Fournir du contenu (blogues, groupes de discussion, photos)	33,6	13,2	9,1	3,7[E]
Faire des appels téléphoniques par Internet	10,1	8,7	6,1	5,0[E]
Obtenir de l'information locale				
Obtenir des bulletins météorologiques ou les conditions routières	72,0	71,8	62,2	56,1
Voir les nouvelles ou les sports	69,8	62,1	55,1	51,8
Se renseigner sur des événements communautaires	46,1	47,1	36,9	27,5
Obtenir d'autres renseignements				
Trouver des renseignements ou faire des arrangements de voyage	65,2	68,4	65,0	58,8
Chercher des renseignements médicaux ou liés à la santé	56,9	61,0	59,0	52,4
Chercher des renseignements sur le gouvernement canadien	50,2	55,5	49,9	34,7
Loisir				
Fureter pour s'amuser ou se détendre (surfer sur Internet)	86,2	72,7	64,8	53,8
Télécharger ou sauvegarder de la musique	67,9	33,7	19,3	15,1
Pour des jeux	50,8	30,7	27,1	35,7
Écouter la radio sur Internet	35,4	26,1	18,7	13,4
Télécharger ou regarder la télévision ou un film	32,9	13,8	8,2	5,8[E]

[E] - à utiliser avec prudence
1. Ce tableau englobe les personnes de 16 ans et plus qui ont indiqué avoir utilisé Internet à leur domicile à des fins personnelles au cours des 12 mois précédant l'enquête.
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur l'utilisation de l'Internet, 2007.

envoyer des courriels, clavarder en ligne, envoyer des messages instantanés, tenir un blogue et commenter l'actualité, ainsi que demeurer sensibilisés, grâce aux sites de réseautage social.

En laissant de côté les nouvelles formes d'engagement social qu'Internet a favorisé, les observateurs peuvent arriver à la conclusion qu'Internet est le domaine des asociaux. Au contraire, la présente étude illustre le rôle émergent d'Internet dans la vie sociale et communautaire. L'étude montre que la plupart des utilisateurs d'Internet socialisent et font des plans pour se réunir, et qu'ils obtiennent une somme substantielle de renseignements au jour le jour, comme les nouvelles et les bulletins météorologiques, grâce à Internet. En ce qui a trait à la cohésion sociale, les utilisateurs d'Internet utilisent aussi de nouvelles formes d'engagement communautaire, qui sont laissées de côté par les mesures conventionnelles.

Toutes les sources utilisées dans la présente étude — plusieurs enquêtes nationales de Statistique Canada et les études Connected Lives à East York (Toronto) et à Chapleau (région rurale de l'Ontario) par NetLab, de l'Université de Toronto — montrent que la majorité des Canadiens utilisent Internet. Au fur et à mesure que le taux d'accès à Internet augmente, on passe des vieilles inquiétudes concernant l'accès à Internet à de nouvelles concernant la façon dont les personnes utilisent Internet et les répercussions que cela a sur leur vie. Les différences dans les taux d'accès à Internet s'accompagnent maintenant d'un intérêt à l'égard de ce qu'elles signifient pour les différents secteurs de la société, du point de vue de la façon dont Internet est utilisé. Ce « clivage au chapitre de l'utilisation » rend compte des différences dans la participation des personnes à une gamme variée d'activités en ligne et dans leurs aptitudes (Montagnier, 2007, OCDE, 2004, Hargittai, 2002). Même si certains écarts persistent entre certains groupes sociaux économiques du point de vue de l'accès à Internet et de son utilisation, les données laissent supposer que, non seulement l'accès à Internet a augmenté rapidement au cours d'une période relativement courte au Canada, mais que le niveau d'utilisation a aussi tendance à augmenter avec le niveau d'expérience des personnes (ou des années passées) sur le Web (Quan-Haase, Wellman et coll., 2002, Boase et coll., 2006, Underhill et Ladds, 2007). En résumé, les personnes utilisent Internet parce qu'elles veulent le faire et non pas parce qu'elles ont à le faire. Ces conclusions correspondent aux résultats récents selon lesquels « *la société de l'information est aussi une société bavarde* » (Sciadas, 2006, p. 14), dans laquelle « les résultats clés des TIC se manifestent par des changements de modèles de comportement partout, qui ont des conséquences réelles. Par ailleurs, le modèle de communications a changé, ce que démontrent la hausse des appels interurbains et l'explosion des appels internationaux que rendent possibles les marchés libéralisés et les prix en baisse. Des cercles de communications élargis ont trouvé une expression encore meilleure grâce au courriel, qui ne connaît pas de limites. Les personnes font le *choix* d'élargir leurs relations et remplacent leurs collectivités définies géographiquement par des collectivités d'intérêts. Par ailleurs, elles sont prêtes à payer pour leurs choix » (Sciadas, 2006, p. 22).

En outre, des données des études d'East York et de Chapleau par NetLab laissent supposer que l'évolution des modèles d'utilisation des technologies de l'information et des communications ont donné lieu à certaines transformations sociales :

- Les ménages sont passés de groupes unis pour les loisirs, le soir et la fin de semaine, communiquant peu les jours de semaine, à des réseaux. D'une part, chaque membre du ménage a tendance à davantage mener sa vie à sa façon, selon son horaire. Toutefois, les conjoints et leurs enfants utilisent le courriel et le téléphone cellulaire pour maintenir des contacts plus fréquents les uns avec les autres, étant donné qu'ils se côtoient moins (Kennedy et Wellman, 2007).
- Les collectivités sont devenues des réseaux sociaux complexes, dans lesquels les membres du réseau social d'une personne ne sont pas reliés directement entre eux et où les contacts par Internet ont complété et, dans certains cas, remplacé les contacts en personne. Même si les grands utilisateurs d'Internet peuvent ne pas avoir autant de contacts en personne avec leurs amis et leurs parents, ils ont beaucoup de contacts électroniques avec les membres de leur réseau, et ils utilisent souvent Internet pour prendre rendez-vous. Leur niveau global de contacts est élevé, l'utilisation d'Internet et du téléphone (tant mobile qu'avec fil) s'ajoutant aux contacts en personne. En outre, Internet représente une façon idéale de rester en rapport avec les amis et la famille éloignés, qui ne vivent pas à distance raisonnable. Ce modèle est particulièrement apparent chez les nouveaux Canadiens et les Canadiens des régions rurales.
- La façon dont les personnes trouvent de l'information évolue. Plutôt qu'une dialectique limitée entre les médias de masse et les opinions des amis, les données révèlent que de nombreuses personnes font maintenant des recherches actives en ligne pour trouver ce dont elles ont entendu parler, vérifier leurs données avec leurs amis et d'autres médias, et procéder à d'autres recherches. Cela a pour résultat que de nombreuses personnes utilisent activement Internet pour s'informer, dans les cas où l'information des médias traditionnels est limitée.

Une utilisation généralisée a des conséquences. La participation entraîne des transformations sociales, mais les données montrent que nous ne devrions pas nous attendre à une société disfonctionnelle de solitaires, ni à une société idyllique de personnes en

réseau heureuses de l'être. Nous faisons plutôt face à une société dont la cohésion diffère par rapport à celle que nous connaissions. Comme le montre l'examen récent par Sciadas (2006) des modèles de communication des Canadiens :

> « La seule inférence qui peut être appuyée est que les personnes communiquent plus que jamais auparavant et que leur réseau de relations est plus large. Il reste à confirmer si cela donne lieu ou non à des séances de communication plus courtes, mais on sait avec certitude que ces séances sont plus fréquentes. En tout cas, les théories selon lesquelles les personnes sont davantage confinées chez elles ou vivent en marge de la société ne sont pas appuyées par les preuves présentées ici. (Évidemment, il y a des personnes qui passent toute leur journée seules en ligne, mais cela n'est pas très répandu). Le modèle de communication et d'interaction a changé. La réalité est que les personnes parlent à d'autres personnes, qu'il s'agisse de leur voisin ou d'une personne située à des milliers de kilomètres et dans un fuseau horaire lointain. Ainsi, *les personnes ne deviennent pas antisociales; elles ont plutôt des interactions sociales différentes* » (p. 19).

4.2 Conclusions

En 2000, par suite d'un atelier réunissant des responsables gouvernementaux et des chercheurs universitaires chargés de déterminer des indicateurs souhaitables d'activités socialement cohésives, ainsi que des indicateurs d'activités qui vont à l'encontre de la cohésion sociale, un rapport du Conseil canadien de développement social (CCDS) intitulé « Social Cohesion in Canada: Possible Indicators » indiquait que : les heures consacrées à regarder la télévision, à utiliser l'ordinateur et à jouer à des jeux vidéo peuvent être considérées comme des activités individuelles qui diminuent le temps disponible pour des interactions avec la famille, les amis, les voisins, etc. (p. 53).

Huit ans plus tard, le regroupement de ces trois activités — télévision, ordinateur et jeux vidéo — est peut-être moins pertinent. Est-ce que « regarder la télévision » revient au même que « jouer à l'ordinateur » et que « jouer à des jeux vidéo »? Que signifie exactement « jouer à l'ordinateur » aujourd'hui? S'agit-il de jouer *contre* l'ordinateur ou *avec* d'autres utilisateurs dans des collectivités en ligne? Est-ce que « jouer à l'ordinateur » signifie passer du temps à l'ordinateur, ou cela englobe-t-il la cueillette d'information et même les communications, comme les courriels, ou cela se limite-t-il simplement à ce que nous pourrions appeler un « jeu »? Comment cela diffère-t-il de « jouer à des jeux vidéo »? Même s'il a déjà existé une différence claire entre le temps passé à l'ordinateur et le temps consacré aux interactions avec les autres, cette distinction est moins claire aujourd'hui.

Par contre, une étude australienne de 2006 portant sur la façon dont les différents niveaux d'accès à Internet affectent la participation sociale et communautaire souligne ce qui suit : toute baisse du capital social ne peut être attribuée à Internet... Il existe des indications claires que c'est plutôt l'inverse : les personnes ayant accès à Internet sont plus susceptibles de participer activement à des activités à la source du capital social, comme le bénévolat ou le travail pour des organisations communautaires, ou encore les groupes de pression auprès des politiciens... Le capital social peut prendre de nouvelles formes, lesquelles ont émergé des interactions et des rapports sur Internet, que l'on appelle souvent « virtuelles », mais qui sont dans les faits aussi réelles que toute autre (Alessandrini, 2006). Malheureusement, l'étude australienne porte uniquement sur l'accès général à Internet, puis examine comment les utilisateurs d'Internet se comparent aux non-utilisateurs dans leurs activités sociales. Elle ne dit rien au sujet des activités des personnes lorsqu'elles utilisent Internet.

C'est là que le présent article vient combler une lacune dans les connaissances. Il présente un aperçu exhaustif de ce que font les Canadiens lorsqu'ils utilisent Internet, comment leur comportement en ligne est interrelié avec leur comportement ailleurs, et comment il s'intègre dans leur vie. Les conclusions révèlent deux aspects de la façon dont la cohésion sociale est transformée grâce à la technologie. On note que les grands utilisateurs d'Internet consacrent moins de temps aux contacts en personne avec leur famille et leurs amis, et connaissent moins bien leurs voisins que les autres. Toutefois, la majorité des activités qu'ont ces utilisateurs sur Internet peuvent être qualifiées d'activités à la source du capital social. Les courriels et le clavardage, par exemple, sont des activités sociales principalement menées avec les amis et la famille.

Un examen plus approfondi des différents groupes sociodémographiques révèle qu'ils ont adopté la technologie, non pas pour échapper aux contacts sociaux ou à d'autres activités traditionnelles, mais plutôt pour les améliorer. Par exemple, les utilisateurs d'Internet consacrent plus de temps à lire des livres que les non-utilisateurs. Les jeunes Canadiens de 15 à 24 ans sont les plus actifs lorsqu'il s'agit d'utiliser Internet pour trouver des possibilités de bénévolat, et environ le cinquième de tous les bénévoles utilisent Internet pour s'adonner à leurs activités de bénévolat, les utilisateurs modérés d'Internet étant particulièrement actifs à ce chapitre. Les immigrants récents utilisent Internet dans une plus large mesure que les autres Canadiens, principalement pour obtenir de l'information et maintenir des contacts dans la langue qu'ils connaissent le mieux. Les Canadiens âgés qui utilisent Internet sont presque aussi susceptibles que les jeunes utilisateurs d'Internet au Canada d'envoyer et de recevoir des courriels. En outre, les personnes âgées au Canada sont plus susceptibles de jouer à des jeux avec d'autres en ligne que les adultes d'âge moyen.

Est-ce que cela signifie que les immigrants n'apprennent pas l'anglais ou le français, ou que les personnes âgées deviennent recluses? Il est plus probable que les immigrants et les personnes âgées trouvent de la compagnie sur Internet, lorsque les possibilités sont plus limitées dans leur environnement

immédiat. Toutefois, comme les données le montrent aussi, les personnes préfèrent consacrer du temps à des contacts directs en personne avec les autres. Autrement dit, les personnes utilisent Internet pour créer et améliorer les possibilités de réseautage, dans les cas où il n'en existait pas auparavant, tout en appréciant autant une conversation autour d'un café qu'une conversation en ligne.

Le défi qui se pose est que les indicateurs actuels de la cohésion sociale ne rendent peut-être pas compte de la transformation des modèles de communication et de la contribution de la technologie aux réseaux sociaux. Lorsque Putnam (2004) affirme que les réseaux sociaux denses dans un quartier — barbecues ou associations de voisins — peuvent dissuader les actes criminels, par exemple, et profitent même aux voisins qui n'y participent pas, il ne pense certainement pas aux voisins qui organisent des activités et établissent des réseaux en ligne. En outre, lorsque le rapport du CCDS affirme que la fréquence des contacts avec la famille et les amis est un indicateur direct de la participation sociale et de la participation à des réseaux sociaux intimes, il ne précise pas si ces contacts se limitent aux interactions en personne, ou s'ils incluent les contacts par téléphone et par Internet, essentiellement par courriel au moment où a été rédigé le rapport, mais maintenant aussi grâce à la messagerie instantanée, aux sites de réseautage social, aux blogues, etc.

L'image évocatrice de Putnam d'un barbecue dans le quartier est probablement plus attrayante pour la plupart qu'une image d'amis et de parents communiquant assis devant leurs écrans d'ordinateur. Toutefois, les données présentées ici nous signalent l'importance de rendre compte de façon appropriée des activités sociales en ligne dans tout indicateur social. Si les Canadiens transfèrent une partie de leurs interactions avec la famille, les amis et les voisins dans des environnements en ligne, il se peut en effet qu'il y ait moins de contacts en personne. Par conséquent, les indicateurs mesurant uniquement les activités autres que sur Internet montreront que le verre de la cohésion sociale se vide, alors que dans les faits il se remplit, grâce à des contacts en ligne croissants.

Les données montrent que, sauf pour une petite minorité de reclus, les grands utilisateurs, les activités autres que sur Internet ne sont pas entièrement remplacées par les activités en ligne. La plupart des personnes souhaitent plutôt des contacts en personne avec leur famille, leurs amis et leurs voisins. Elles utiliseront aussi les outils qui sont mis à leur disposition, téléphone et Internet, pour maintenir les liens lorsqu'elles sont incapables de se rencontrer. En outre, on pense aux collectivités qui n'ont jamais la chance de se réunir concrètement. Ces réseaux sociaux virtuels peuvent assurer le soutien des personnes ayant des intérêts spécialisés, dans les cas où les rencontres en personne, du fait des contraintes qu'elles comportent au niveau du temps et de l'espace, ne seraient tout simplement pas possibles.

Par conséquent, les principales constatations et considérations suivantes deviennent pertinentes.

- De plus en plus, la collectivité s'élargit et va au-delà des interactions en personne avec des petits groupes de voisins. Afin de comprendre comment la cohésion sociale se transforme, il est important de tenir compte de l'ensemble complet d'activités sociales en ligne et autres.
- Internet et ses utilisateurs se diversifient de plus en plus. La présente étude a permis d'illustrer dans quelle mesure les utilisateurs d'Internet provenant de milieux différents, selon les caractéristiques sociales et démographiques, varient du point de vue de leurs activités en ligne. Dans le cas des données sur l'emploi du temps, une distinction a aussi été faite entre les utilisateurs modérés et les grands utilisateurs d'Internet. Il convient encore d'étudier la diversité des utilisateurs d'Internet et des comportements de façon plus approfondie. Plutôt que de se fier à une catégorisation simpliste des utilisateurs et des non-utilisateurs d'Internet, cela profiterait de la reconnaissance du caractère délicat des contextes et des situations dans lesquels les diverses activités sociales sont menées par les différents intervenants sociaux.
- Les résultats laissent supposer qu'il est nécessaire d'être ouverts à la possibilité que les réseaux sociaux deviennent moins intenses, mais plus nombreux. Il reste à déterminer si des réseaux plus nombreux, mais moins étroits, sont préférables à des réseaux moins nombreux, mais plus étroits.
- Il faut prendre garde de ne pas présumer que les nouvelles activités dans la vie des Canadiens signifient que les activités traditionnelles sont laissées de côté, particulièrement lorsque l'on examine l'utilisation d'Internet dans le contexte des enquêtes sur l'emploi du temps. Cela peut paraître contradictoire (la journée continuant de ne compter que 24 heures), mais au fur et à mesure que les personnes cumulent les tâches de façon inhabituelle (écoute de la télévision, clavardage et appel téléphonique en même temps), il existe des preuves que la notion de l'attention employée plus efficacement (Benkler, 2006) est réelle. Des données canadiennes récentes révèlent que le quart des Canadiens regardent la télévision en consultant Internet, et que le tiers écoutent la radio en même temps qu'ils ont des activités en ligne (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) 2007). Ces tâches multiples sont particulièrement populaires chez les jeunes Canadiens.

En conclusion, la diffusion rapide et la portée croissante d'Internet ont suscité à la fois des points de vue utopiques et dystopiques en ce qui a trait aux répercussions sur la société. Même si certains peuvent penser que les anciens médias et interactions sociales sont déjà dépassés et ne sont plus pertinents, les traditionalistes ont tendance à percevoir Internet uniquement comme une intrusion pernicieuse dans la collectivité traditionnelle. Toutefois, Internet a ses propres forces. Ses répercussions présentes et futures devraient être évaluées selon leur propre mérite et doivent être clairement distinguées des notions nostalgiques de la vie communautaire avant Internet, c'est-à-dire des personnes se réunissant dans des pubs, des cafés et des salons, une situation qui n'existe plus depuis très longtemps. Au Canada, plus particulièrement, les hivers longs et froids incitent les Canadiens à rester à la maison et à regarder la télévision, à écouter la radio et à lire. L'avènement d'Internet favorise donc une ère plus sociale, grâce à des activités actives de communication et de recherche d'informations, contrairement aux formes traditionnelles plus passives de divertissement, comme la télévision.

Références

ALESSANDRINI, Megan. 2006. *Getting Connected: Can Social Capital be Virtual?* www.webology.ir/2006/v3n4/a33.html (consulté le 13 août 2008).

AMATO, Paul, Alan BOOTH, David JOHNSON et Stacy ROGERS. 2008. *Alone Together: How Marriage in America is Changing.* Cambridge, MA, Harvard University Press.

BALL-ROKEACH, Sandra, Yong-Chan KIM et Sorin MATEI. 2001. « Storytelling neighborhood: Paths to belonging in diverse urban environments », *Communication Research,* vol. 28, p. 392 à 428.

BEHRENS, Dean, Paul GLAVIN et Barry WELLMAN. 2007. *Connected Lives North - Chapleau: Report on the Introduction of High-Speed Internet to a Northern Ontario Rural Community,* Bell Canada et Université de Toronto, mai.

BENKLER, Yochai. 2006. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom.* New Haven, CT, Yale University Press.

BESSIÈRE, Katherine, Sara KIESLER, Robert KRAUT et Bonka BONEVA. 2008. « Effects of Internet use and social resources on changes in depression », *Information, Communication and Society,* vol. 11, nº 1, p. 47 à 70.

BOASE, Jeffrey. 2008. « Personal networks and the personal communication system: Using multiple media to connect », *Information, Communication and Society,* vol. 11, nº 4, p. 490 à 508.

BOASE, Jeffrey, John B. HORRIGAN, Barry WELLMAN et Lee RAINIE. 2006. *The Strength of Internet Ties: The Internet and Email Aid Users in Maintaining Their Social Networks and Provide Pathways to Help When People Face Big Decisions,* Pew Internet and American Life Project, Washington D.C., janvier. www.pewinternet.org/ (consulté le 15 mars 2007).

CARRASCO, J.A. et E.J. MILLER. 2006. « Exploring the propensity to perform social activities: Social networks approach », *Transportation,* vol. 33, p. 463 à 480.

CASTELLS, Manuel. 2000. *The Rise of the Network Society.* 2e éd. Oxford, Blackwell Publishing.

CASTELLS, Manuel, Imma TUBELLA, Teresa SANCHO et Barry WELLMAN. 2003. *The Network Society in Catalonia: An Empirical Analysis.* Barcelona, Universitat Oberta Catalunya.

COBB, Chris. 2007. « Rural communities still waiting to ride information highway », *Ottawa Citizen,* le 25 mars.

COLE, Jeffrey et John P. ROBINSON. 2002. « Internet use, mass media and other activity in the UCLA data », *IT and Society,* vol. 1, nº 2, p. 121 à 133.

COLLINS, Jessica et Barry WELLMAN. 2008. *Connected Rural Lives: Chapleau Ontario On and Offline.* Presented to the Rural Sociology Association, Manchester, NH, juillet.

COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DE L'AGRICULTURE ET DES FORÊTS. 2008. *Au-delà de l'exode : Mettre un terme à la pauvreté rurale,* Rapport final, juin. www.parl.gc.ca (consulté le 11 août 2008).

CONSEIL CANADIEN DE DÉVELOPPEMENT SOCIAL (CCDS). 2000. *Social Cohesion in Canada: Possible Indicators.* www.ccsd.ca/pubs/2001/si/sra-542.pdf (consulté le 13 août 2008).

CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC). 2007. *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion 2007.* N° BC9-1/2007F-PDF au catalogue. www.crtc.gc.ca (consulté le 5 juin 2008).

DRYBURGH, Heather. 2001. *Les temps changent : pourquoi et comment les Canadiens utilisent Internet,* N° 56F0006XIF au catalogue de Statistique Canada, le 26 mars. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=56F0006X (consulté le 12 août 2008).

FISCHER, Claude. 2004. « Bowling alone: What's the score? », *Social Networks,* vol. 27, n° 2, p. 155 à 167.

FISCHER, Claude. 1982. *To Dwell Among Friends.* Chicago, Chicago University Press.

GROUPE DE TRAVAIL NATIONAL SUR LES SERVICES À LARGE BANDE. 2001. *Le nouveau rêve national : Réseautage du pays pour l'accès aux services à large bande.* Rapport du Groupe de travail national sur les services à large bande, N° C2-574/2001F au catalogue d'Industrie Canada, juin. http://largebande.gc.ca (consulté le 23 juillet 2008).

HALL, Michael, David LASBY, Glenn GUMULKA et Catherine TRYON. 2006. *Canadiens dévoués, Canadiens engagés : points saillants de l'Enquête canadienne sur le don, le bénévolat et la participation.* N° 71-542-XIF au catalogue de Statistique Canada. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=71-542-X (consulté le 13 août 2008).

HAMBURGER, Y.A. et BEN-ARTZI, E. 2000. « The relationship between extraversion and neuroticism and the different uses of the Internet », *Computers in Human Behavior,* vol. 16, p. 441 à 449.

HARGITTAI, Eszter. 2002. « Second-level digital divide: Differences in peoples' online skills », *First Monday,* vol. 7.

HARMON, Amy. 1998. « Sad, lonely world discovered in cyberspace », *New York Times,* le 30 août, p. 1.

HEILEMANN, John. 2007. « When they were young », *New York Magazine*, le 22 octobre.

HOWARD, Philip N. 2006. *New Media Campaigns and the Managed Citizen*. New York, Cambridge University Press.

HOWARD, P., L. RAINIE et S. JONES. 2001. « Days and nights on the Internet: The impact of diffusing technology », *American Behavioral Scientist,* vol. 45, p. 450 à 472.

INGLEHART, Ronald. 1990. *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton, NJ. Princeton University Press.

JENNINGS, M. et ZEITNER, C. 2003. « Internet use and civic engagement », *Public Opinion Quarterly*, vol. 67, p. 311 à 334.

KADUSHIN, Charles. 2002. « The motivational foundation of social networks », *Social Networks,* vol. 24, p. 77 à 91.

KATZ, James et Ronald RICE. 2008. « Falling into the Net: Main Street America playing games and making friends online », *Communications of the ACM* (à venir).

KAYAHARA, Jennifer et Barry WELLMAN. 2007. « Searching for culture – high and low », *Journal of Computer-Mediated Communication,* avril. http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue3/kayahara.html (consulté le 13 août 2008).

KAYAHARA, Jennifer, Barry WELLMAN, Jeffrey BOASE, Bernie HOGAN et Tracy KENNEDY. 2005. *Canadians, Culture, and Computers.* Report to Heritage Canada by Wellman Associates, le 30 juillet.

KENNEDY, Tracy et Barry WELLMAN. 2007. « The networked household », *Information, Communication and Society,* vol. 10, nº 5, p. 647 à 670.

KEOWN, Leslie-Anne. 2007. « Suivre l'actualité : les Canadiens et leur rapport aux médias. » *Tendances sociales canadiennes,* nº 11-008-XWF au catalogue de Statistique Canada, nº 82, le 27 mars.
http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=11-008-X20070039610 (consulté le 13 août 2008).

KRAUT, Robert, Sara KIESLER, Bonka BONEVA et Irina SHKLOVSKI. 2005. « Examining the impact of Internet use on TV viewing: Details make a difference », dans Robert KRAUT, et al. (eds.) *Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology,* Series in Human-Technology Interaction, Oxford University Press.

KRAUT, Robert, Sara KIESLER, Bonka BONEVA, Jonathon CUMMINGS, Vicki HELGESON et Anne CRAWFORD. 2002. « Internet paradox revisited », *Journal of Social Issues,* vol. 58, nº 1, p. 49 à 74.

KRAUT, Robert, Sara KIESLER, Tridas MUKHOPADHYAY, William SCHERLIS et Michael PATTERSON. 1998. « Social impact of the Internet: What does it mean? », *Communications of the ACM,* vol. 41, nº 12, p. 21 à 22.

LAROSE, R., M.S. EASTIN et J. GREGG. 2001. « Reformulating the Internet paradox: social cognitive explanations of Internet use and depression », *Journal of Online Behavior,* vol. 1, nº 2.

LIJPHART, Arend. 1997. « Unequal participation: Democracy's unresolved dilemma », *American Political Science Review,* vol. 91, p. 1 à 14.

MALLABY, Sebastian. 2006. « Why so lonesome? », *Washington Post,* le 26 juin, p. A21.

MCKEOWN, Larry et Anthony NOCE. 2007. *Factors Influencing Internet Use in Canada: Does Urban Size Matter?* Paper presented for the May 2007 Statistics Canada Socio-economic Conference, Ottawa.

MCPHERSON, Miller, Lynn SMITH-LOVIN et Matthew E. BRASHEARS. 2006. « Social isolation in America: Changes in core discussion networks over two decades », *American Sociological Review,* vol. 71, p. 353 à 375.

MIDDLETON, Catherine et Jonathan ELLISON. 2008. « Comprendre l'utilisation d'Internet par les ménages qui ont recours à des services à large bande : Étude des données de l'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages. » *Documents de travail,* nº 88F006X au catalogue de Statistique Canada, nº 3 (à venir).

MOK, Diana, Barry WELLMAN et Juan-Antonio CARRASCO. 2008. *Does Distance Matter in the Age of the Internet?* International Sunbelt Social Network Conference, St. Petersburg, FL. janvier.

MONTAGNIER, Pierre. 2007. *Accès au haut débit et aux TIC et utilisation par les ménages et les individus.* Organisation de Coopération et de Développement Économiques. Rapport présenté au Groupe de Travail sur l'Économie de l'Information, mai.

NIEMI, Richard G. et Herbert F. WEISBERG (eds.). 2001. *Controversies in Voting Behavior.* Washington, D.C., CQ Press.

OLIVE, David. 2007. "Rumours of newspapers' demise." *The Toronto Star,* le 8 avril.
http://www.thestar.com/Business/article/200650 (consulté le 13 août 2008).

ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES (OCDE). 2004. *Perspectives des technologies de l'information de l'OCDE.* Paris. www.oecd.org/dataoecd/22/15/37620150.pdf (consulté le 12 août 2008).

OCDE. 2001. *Understanding the Digital Divide,* Paris.

PAYNE, January W. 2006. « Caught in the Web: More people say heavy Internet use is disrupting their lives, and medical experts are paying attention », *The Washington Post,* le 14 novembre, p. HE01.

PROJET DE RECHERCHE SUR LES POLITIQUES. 2003. *Atelier sur le capital social juin 2003 : Les concepts, la mesure, et les incidences sur les politiques.* http://policyresearch.gc.ca/page.asp?pagenm=socap&langcd=F (consulté le 11 août 2008).

PRONOVOST, Gilles. 2002. « The Internet and time displacement: A Canadian perspective », *IT and Society,* vol. 1, nº 2.

PUTNAM, Robert. 2004. *Education, Diversity, Social Cohesion and Social Capital.* Note for discussion, Meeting of OECD Education Ministers, 18-19 mars, Dublin. www.oecd.org/dataoecd/37/55/30671102.doc (consulté le 11 août 2008).

PUTNAM, Robert. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival and American Community.* New York. Simon and Schuster.

QUAN-HAASE, Anabel et Barry WELLMAN avec James WITTE et Keith HAMPTON. 2002. « Capitalizing on the Internet: Network capital, participatory capital, and sense of community », dans WELLMAN, Barry et Caroline HAYTHORNTHWAITE (eds.) *The Internet in Everyday Life,* p. 291 à 324. Oxford. Blackwell Publishing.

ROBINSON, John et Steven MARTIN. 2008. *IT and Activity Displacement: Behavioral Evidence from the U.S. General Social Survey (GSS).* Document de travail, Department of Sociology, University of Maryland.

SCHELLENBERG, Grant. 2004. *Enquête sociale générale de 2003 sur l'engagement social, cycle 17 : un aperçu des résultats.* Nº 89-598-XIF au catalogue de Statistique Canada, juillet. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=89-598-X (consulté le 13 août 2008).

SCIADAS, George. 2006. « La vie à l'ère numérique. » *Série sur la connectivité,* nº 56F0004MIF au catalogue de Statistique Canada, nº 14. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=56F0004M2006014 (consulté le 12 août 2008).

SCIADAS, George (ed.). 2005. *De la fracture numérique aux perspectives numériques : L'Observatoire des info-états au service du développement.* Conseil national de recherches Canada, Orbicom. http://www.orbicom.ca/media/projets/ddi2005/index_pers_tic.pdf (consulté le 12 août 2008).

SCIADAS, George. 2003. *L'Observatoire de la fracture numérique... et au-delà,* Conseil national de recherches Canada, Orbicom. http://www.orbicom.ca/media/projets/ddi2002/2003_dd_pdf_fr.pdf (consulté le 12 août 2008).

SCIADAS, George. 2002. « Découvrir la fracture numérique. » *Série sur la connectivité,* nº 56F0004MIF au catalogue de Statistique Canada, nº 7. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=56F0004M2002007 (consulté le 13 août 2008).

SHAH, D., J. MCLEOD et S. YOON. 2001. « Communication, context, and community: An exploration of print, broadcast, and Internet influences », *Communication Research,* vol. 28, nº 4, p. 464 à 506.

SHAW, Lindsay H. et Larry M. GANT. 2002. « Users divided? Exploring the gender gap in Internet use », *Cyberpsychology and Behavior,* vol. 5, nº 6.

SILVER, Cynthia. 2001. « Utilisation d'Internet chez les Canadiens âgés » *Série sur la connectivité,* nº 56F0004MIF au catalogue de Statistique Canada, nº 4. le 24 août. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=56F0004MIF2001004 (consulté le 13 août 2008).

STATISTIQUE CANADA. 2008. « Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet. » *Le Quotidien,* nº 11-001-XIF au catalogue de Statistique Canada, le 12 juin. http://www.statcan.ca/Daily/Francais/080612/q080612b.htm (consulté le 13 août 2008).

THAYER, Stacy E. et Sukanya RAY. 2006. « Online communication preferences across age, gender, and duration of Internet use », *Cyberpsychology and Behavior,* vol. 9, nº 4.

TURCOTTE, Martin. 2007. « Le temps passé en famille lors d'une journée de travail typique, 1986 à 2005. » *Tendances sociales canadiennes,* nº 11-008-XWF au catalogue de Statistique Canada, nº 83, le 13 février. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=11-008-X20070039574 (consulté le 13 août 2008).

UNDERHILL, C. et C. LADDS. 2007. « Se brancher sur les Canadiens et les Canadiennes : évaluation de l'utilisation de Gouvernement en direct. » *Série sur la connectivité,* nº 56F0004MIF au catalogue de Statistique Canada, nº 15. http://www.statcan.ca/francais/research/56F0004MIF/56F0004MIF2007015.htm (consulté le 5 mai 2008).

U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE. 2004. *A Nation Online: Entering the Broadband Age,* septembre.

VEENHOF, Ben. 2006a. « Internet influence-t-il l'emploi du temps des Canadiens? » *Série sur la connectivité,* nº 56F0004MIF au catalogue de Statistique Canada, nº 13. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=56F0004MIF2006013 (consulté le 5 mai 2008).

VEENHOF, Ben. 2006b. *Determinants and Outcomes of Heavy Computer Use: An International and Interprovincial Comparison,* Presentation at Statistics Canada Socio-economic Conference, Gatineau, Qc, le 15 mai.

VEENHOF, Ben. 2006c. « L'expérience d'Internet des Canadiens plus jeunes et plus âgés » *Bulletin de l'analyse en innovation,* nº 88-003-XIF au catalogue de Statistique Canada, vol. 8, nº 1, février. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=88-003-X20060019098 (consulté le 13 août 2008).

VEENHOF, Ben et Cindy LECAVALIER. 2006. « Les utilisateurs d'Internet se désintéressent-ils des médias classiques? » *Bulletin de l'analyse en innovation,* nº 88-003-XIF au catalogue de Statistique Canada, vol. 8, nº 3, décembre. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=88-003-X20060039533 (consulté le 13 août 2008).

VEENHOF, Ben, Prabir NEOGI et Bryan VAN TOL. 2003. « À grande vitesse sur l'autoroute de l'information : les services à large bande au Canada » *Série sur la connectivité,* nº 56F0004MIF au catalogue de Statistique Canada, nº 10. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=56F0004M2003010 (consulté le 14 août 2008).

WANG, Hua et Barry WELLMAN. 2008. *Social Connectivity in America: On and Offline.* St Petersburg, FL: International Sunbelt Social Network Conference, janvier.

WELLMAN, Barry. 2001. « Physical place and cyber-place: Changing portals and the rise of networked individualism », *International Journal for Urban and Regional Research,* vol. 25, nº 2, p. 227 à 252.

WELLMAN, Barry. 1979. « The community question: The intimate networks of East Yorkers », *American Journal of Sociology*, vol. 84, p. 1201 à 1231.

WELLMAN, B., et B. HOGAN, avec K. BERG, J. BOASE, J.A. CARRASCO, R. CÔTÉ, J. KAYAHARA, T.L.M. KENNEDY et P. TRAN. 2006. « Connected Lives: The project », chapitre 8 dans PURCELL, Patrick (ed.), *Networked Neighbourhoods*. Berlin. Springer Publishing.

WELLMAN, Barry et Bernie HOGAN. 2004. « The immanent Internet », dans MCKAY, JOHNSTON (ed.), *Netting Citizens: Exploring Citizenship in the Internet Age*, p. 54 à 80. Edinburgh. Saint Andrew Press.

WELLMAN, Barry, Anabel QUAN-HAASE, Jeffrey BOASE, Wenhong CHEN, Keith HAMPTON, Isabel ISLA DE DIAZ et Kakuko MIYATA. 2003. « The social affordances of the Internet for networked individualism », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 8, n° 3, avril. www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/social_affordances_of_the_internet_for_networked_individualism/social_affordances_of_the_internet_for_networked_individualism.pdf (consulté le 13 août 2008).

WELLMAN, Barry et Scot WORTLEY. 1990. « Different strokes from different folks: Community ties and social support », *American Journal of Sociology*, vol. 96, p. 558 à 588.

WELLMAN, Barry, Peter CARRINGTON et Alan HALL. 1988. « Networks as personal communities », dans WELLMAN, Barry et S.D. BERKOWITZ (eds.), *Social Structures: A Network Approach*, p. 130 à 184. Cambridge. Cambridge University Press.

WILLIAMS, Cara. 2001. « Branché sur Internet et déconnecté du monde? » *Tendances sociales canadiennes*, n° 11-008-XWF au catalogue de Statistique Canada, n° 63, hiver. http://www.statcan.ca/bsolc/francais/bsolc?catno=11-008-X20010036005 (consulté le 13 août 2008).

XENOS, Michael et Patricia MOY. 2007. « Direct and differential effects of the Internet on political and civic engagement », *Journal of Communication*, vol. 57, p. 704 à 718.

Séries sur la connectivité

1	**Les Canadiens se branchent : l'utilisation d'Internet par les ménages reste à la hausse en 1999**	*P. Dickinson et J. Ellison*
2	**Internet par câble**	*D. April*
3	**Le magasinage par Internet au Canada**	*J. Ellison, L. Earl, S. Ogg*
4	**L'utilisation d'Internet chez les Canadiens âgés**	*C. Silver*
5	**L'utilisation du commerce électronique et de la technologie**	*G. Peterson*
6	**Adoption des affaires électroniques : *la taille importe-t-elle?***	*S. Charles, M. Ivis, A. Leduc*
7	**Découvrir la fracture numérique**	*G. Sciadas*
8	**L'état des services des télécommunications**	*H. Ertl et H. McCarrell*
9	**Profil de l'emploi dans les industries de l'informatique et des télécommunications**	*C. Vaillancourt*
10	**À grande vitesse sur l'autoroute de l'information : les services à large bande au Canada**	*B. Veenhof, P. Neogi et B. van Tol*
11	**Connectivité et apprentissage dans les écoles canadiennes**	*H. Ertl et J. Plante*
12	**Littératie et technologies numériques : liens et résultats**	*B. Veenhof, Y. Clermont, et G. Sciadas*
13	**Internet influence-t-il l'emploi du temps des Canadiens?**	*B. Veenhof*
14	**La vie à l'ère numérique**	*G. Sciadas*
15	**Se brancher sur les Canadiens et les Canadiennes : évaluation de l'utiliation de Gouvernement en direct**	*C. Underhill et C. Ladds*
16	**Répercussions de l'utilisation d'Internet par les Canadiens sur la vie sociale et la participation communautaire**	*B. Veenhof, B. Wellman, C. Quell et B. Hogan*